

## Pozyskiwanie nowych klientów – PROSPECTING

Numer usługi 2026/02/18/144537/3344980

3 062,70 PLN brutto  
 2 490,00 PLN netto  
 153,14 PLN brutto/h  
 124,50 PLN netto/h  
 213,44 PLN cena rynkowa ⓘ

VIDI Centrum

Rozwoju Kadr Beata  
 Kubicius

★★★★☆ 4,4 / 5

90 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 20.05.2026 do 21.05.2026

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

**Grupa docelowa usługi**

Szkolenie skierowane jest do:

- Handlowców B2B odpowiedzialnych za pozyskiwanie nowych klientów, którzy chcą pracować systemowo.
- Zespołów sprzedaży, które potrzebują stałego dopływu nowych leadów.
- Managerów i szefów sprzedaży, dążących do uporządkowania procesu prospectingu i uzyskania przewidywalności wyników.
- Właścicieli firm B2B, którzy chcą, aby sprzedaż była zasilana w sposób ciągły, a nie akcyjny.
- Osób, które podejmowały już próby działań (cold mailing, LinkedIn, telefon), ale nie uzyskały satysfakcjonujących efektów.

**Minimalna liczba uczestników**

1

**Maksymalna liczba uczestników**

10

**Data zakończenia rekrutacji**

13-05-2026

**Forma prowadzenia usługi**

zdalna w czasie rzeczywistym

**Liczba godzin usługi**

20

**Podstawa uzyskania wpisu do BUR**

Standard Usług Szkoleniowo– Rozwojowych PIFS SUS 3.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego prowadzenia skutecznych działań prospectingowych w kanale B2B, w tym definiowania profilu idealnego klienta (ICP), prowadzenia cold outreachu (mail, telefon, social selling), kwalifikacji leadów oraz budowania powtarzalnego rytmu działań handlowych.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje profil klienta docelowego i kryteria jego kwalifikacji.	Uczestnik określa kluczowe cechy profilu idealnego klienta (ICP) oraz kryteria jego kwalifikacji.	Test teoretyczny
Uczestnik projektuje sekwencję pierwszego kontaktu (cold outreach) z potencjalnym klientem.	Uczestnik tworzy plan sekwencji kontaktu (np. e-mail + telefon) dla wskazanego profilu klienta, uwzględniając kluczowe elementy komunikatu.	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje zasady prowadzenia rozmowy diagnostycznej i reagowania na obiekcje.	Uczestnik formułuje pytania diagnostyczne.	Test teoretyczny
	Uczestnik proponuje reakcję na typową obiekcję klienta.	Test teoretyczny
Uczestnik planuje proces prospectingu i działań podtrzymujących (follow-up).	Uczestnik tworzy uproszczony, 30-dniowy plan działań prospectingowych, zawierający cele (KPI) oraz harmonogram kontaktów (follow-up).	Test teoretyczny

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

# Program

## Ramowy program usługi

### Moduł 1: Przestań strzelać na oślep – trafiaj w klientów, którzy chcą kupować

- Dlaczego stary prospecting nie działa – zmiany w B2B.
- Profil Idealnego Klienta (ICP) – jak określić potencjał bez nadmiernej analizy.
- Biały wywiad – zbieranie informacji dających przewagę.
- Mapowanie decydentów – jak dotrzeć do osób decyzyjnych.

### Moduł 2: Pierwszy kontakt, który prowadzi do rozmowy (Cold outreach)

- Komunikaty przyciągające uwagę – o kliencie, nie o ofercie.
- Sztuka 30 sekund (Elevator Pitch) – jasny powód rozmowy.
- Szablony maili, które dostają odpowiedzi.
- Cold call trwający dłużej niż 10 sekund – jak uniknąć "nie jestem zainteresowany".
- Reakcje na "nie mam czasu" i "proszę wysłać mailem".

### Moduł 3: Czas na właściwych klientach – kwalifikacja leadów

- Model 3/37/60 – identyfikacja leadów z potencjałem.
- Łączenie Social Selling z telefonem i mailem.
- Skuteczny rytm działań: Social → Mail → Call → Follow-up.

### Moduł 4: Rozmowy, które przesuwiają proces do przodu

- Pytania diagnostyczne odkrywające prawdziwe potrzeby.
- Rozmowa z decydentem bez presji i nachalności.
- Techniki radzenia sobie z wahaniem klienta ("nie wiem", "potrzebuję czasu").

### Moduł 5: Follow-up z celem i planem

- Gotowe sekwencje follow-upów (7/14/30 dni).
- Podtrzymywanie zainteresowania po rozmowie.
- Powrót do klienta, który milczy – bez spalania relacji.

### Moduł 6: Zbuduj rytm prospectingu (Plan wdrożeniowy)

- Plan działań na 30 dni – struktura bez zgadywania.
- Mierzenie skuteczności vs liczby aktywności.
- Zarządzanie czasem i motywacją w prospectingu.

### Walidacja:

- Test teoretyczny oparty o case study (45 min).

Każdy uczestnik otrzymuje **Pakiet Narzędzi Wdrożeniowych (Prospecting)**:

1. **Rytm Prospectingu 30 dni** – gotowy plan działań dzień po dniu.
2. **Plan Follow-up 7/14/30** – sekwencje kontaktów, które nie umierają w ciszy.
3. **Szablony Cold Maili** – gotowe wzory wiadomości na różne scenariusze.
4. **Skrypty Cold Call + „bramkarz”** – scenariusze rozmów i reakcje na obiekcje.
5. **Checklista „Biały wywiad”** – lista kontrolna przygotowania do kontaktu.
6. **Karta kwalifikacji leadów (Model 3/37/60)** – arkusz oceny potencjału leada.
7. **Elevator Pitch Toolkit** – konstrukcja 30-sekundowego komunikatu otwierającego.
8. **Przewodnik pokonywania obiekcji** – gotowe odpowiedzi na "nie mam czasu", "wyślij ofertę".

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 16</b> Wstęp i badanie potrzeb uczestników	-	20-05-2026	08:15	09:00	00:45
<b>2 z 16</b> Moduł: Przystań strzelać na oślepie – trafiaj w klientów, którzy chcą kupować (ICP i mapowanie decydentów)	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	09:00	10:30	01:30
<b>3 z 16</b> przerwa	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	10:30	10:40	00:10
<b>4 z 16</b> Moduł: Pierwszy kontakt, który prowadzi do rozmowy – nie do ciszy - Cold outreach (cold mailing, cold calling, czy wiadomości na LinkedIn. ) cz,1	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	10:40	12:55	02:15
<b>5 z 16</b> przerwa	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	12:55	13:05	00:10
<b>6 z 16</b> Moduł: Pierwszy kontakt, który prowadzi do rozmowy – nie do ciszy - Cold outreach (cold mailing, cold calling, czy wiadomości na LinkedIn. ) cz. 2	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	13:05	14:35	01:30
<b>7 z 16</b> przerwa	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	14:35	14:45	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 16 Moduł: Czas na właściwych klientów – koniec z paleniem godzin na leady bez potencjału (Model kwalifikacji 3/37/60)	BEATA KUBICIUS	20-05-2026	14:45	16:15	01:30
9 z 16 Moduł: Rozmowy, które przesuwają proces do przodu – nie kończą się na „pomyśle” (Pytania diagnostyczne i prowadzenie dialogu)	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	09:00	10:30	01:30
10 z 16 przerwa	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	10:30	10:40	00:10
11 z 16 Moduł: Rozmowy, które przesuwają proces do przodu – nie kończą się na „pomyśle” (Pytania diagnostyczne i prowadzenie dialogu) cz 2	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	10:40	12:55	02:15
12 z 16 przerwa	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	12:55	13:05	00:10
13 z 16 Moduł: Follow-up z celem i planem – rozmowy nie umierają w ciszy (Sekwencje kontaktów) cz.1	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	13:05	14:35	01:30
14 z 16 przerwa	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	14:35	14:45	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>15 z 16</b> Moduł: Zbuduj rytm prospectingu, który napełnia pipeline każdego dnia (Plan wdrożeniowy 30 dni)	BEATA KUBICIUS	21-05-2026	14:45	16:15	01:30
<b>16 z 16</b> Walidacja	-	21-05-2026	16:15	17:00	00:45

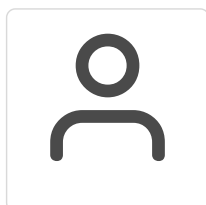
## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 062,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 490,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	153,14 PLN
Koszt osobogodziny netto	124,50 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

### BEATA KUBICIUS

Menedżer ds. rozwoju usług szkoleniowych w VIDİ Centrum Rozwoju Kadr z 15-letnim doświadczeniem w pracy z firmami B2B. Specjalizuje się w analizie potrzeb rozwojowych oraz projektowaniu i realizacji szkoleń dla zespołów sprzedażowych i menedżerskich. Ukończyła studia wyższe na kierunku Zarządzanie przedsiębiorstwem (AGH) oraz szkolenia specjalistyczne w obszarze coachingu i projektowania działań rozwojowych. W ostatnich 5 latach współrealizowała i oceniała ponad 100 projektów rozwojowych dla organizacji produkcyjnych, technicznych i usługowych, wspierając dobór zakresu szkoleń oraz monitorowanie efektów wdrożeniowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe (karty pracy , skrypty) zostaną przesłane drogą elektroniczną (e-mail) przed rozpoczęciem szkolenia.

Walidacja (test case study) odbędzie się w formie online (np. formularz online lub plik do odesłania).

Narzędzia zostaną wysłane po szkoleniu.

## Warunki techniczne

- **Platforma:** Zoom
- **Wymagania:** Komputer ze stabilnym łączem internetowym, kamera i mikrofon (udział aktywny).

## Kontakt



**BEATA KUBICIUS**

**E-mail** [beata.kubicius@superszkolenia.pl](mailto:beata.kubicius@superszkolenia.pl)

**Telefon** (+48) 696 918 316