



Szkolenie - Rozwój Lidera Sprzedaży wg Sales Leader Growth Series by Sandler

Numer usługi 2026/02/19/120698/3347658

8 900,00 PLN brutto

8 900,00 PLN netto

185,42 PLN brutto/h

185,42 PLN netto/h

213,44 PLN cena rynkowa ⓘ

CETUS
CONSULTING

JACEK
CZARNOWSKI

★★★★★ 4,8 / 5

90 ocen

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 48 h

📅 21.04.2026 do 10.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none"> • Menedżerowie/szefowie zespołów sprzedaży/kierownicy działów sprzedaży bezpośrednio zarządzający działaniami handlowców różnych specjalności • Kierownicy działów eksportu • Kierownicy zespołów handlowców-hunterów (business development, new business) • Kierownicy zespołów handlowców obsługujących kluczowych klientów • Kierownicy zespołów handlowców stacjonarnych obsługujących istniejących klientów • Doświadczeni handlowcy aspirujący do objęcia w przyszłości stanowiska szefa zespołu sprzedaży
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	14
Data zakończenia rekrutacji	17-04-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	48
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do budowania strategii rynkowych oraz podnoszenia kompetencji członków zespołu sprzedaży. W szczególności w trakcie programu budowana będzie wysoka efektywność w działaniu i osiągnięciu satysfakcjonujących wyników sprzedażowych. Jednym z elementów programowych są kompetencje związane z prawidłową rekrutacją i onboardingiem handlowców.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wyjaśnia zasady analizy rynku i konkurencji, budowania strategii sprzedaży (SWOT, ICP, segmentacja, propozycja wartości).	Omawia elementy analizy rynku i konkurencji oraz ich wpływ na strategię sprzedaży.	Test teoretyczny
	Definiuje ICP i wskazuje kryteria segmentacji klientów adekwatne do wskazanego przypadku	Test teoretyczny
Uczestnik wyjaśnia rolę lidera sprzedaży jako coacha oraz opisuje sposób przekładania strategii sprzedaży na konkretne zachowania, rytuały operacyjne i mierniki efektywności.	Opisuje różnice między zarządzaniem wynikami a rozwijaniem zachowań sprzedażowych.	Test teoretyczny
	Wyjaśnia założenia coachingu strategicznego i jego znaczenie w realizacji strategii sprzedaży.	Test teoretyczny
	Wskazuje przykłady mierników i rytuałów operacyjnych wspierających realizację strategii.	Test teoretyczny
Uczestnik prowadzi rozmowy coachingowe rozwijające kompetencje i odpowiedzialność handlowców oraz wspiera ich w planowaniu i analizie spotkań z klientami.	Prowadzi symulowaną rozmowę coachingową z zastosowaniem pytań rozwijających świadomość i odpowiedzialność.	Test teoretyczny
	Przeprowadza debriefing po spotkaniu z klientem, koncentrując się na zachowaniach i wnioskach rozwojowych.	Test teoretyczny
	Formułuje rekomendacje działań usprawniających kolejne spotkanie sprzedażowe.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji	
Uczestnik projektuje operacyjny rytm pracy lidera sprzedaży oraz plan rozwoju zespołu w oparciu o model coachingu strategicznego.	Opracowuje własny kalendarz przywódczy (np. tygodniowy/miesięczny plan działań operacyjnych).	Test teoretyczny	
	Tworzy plan rozwoju zespołu powiązany z celami strategicznymi organizacji.	Test teoretyczny	
	Uzasadnia dobór działań rozwojowych w odniesieniu do zidentyfikowanych potrzeb zespołu.	Test teoretyczny	
Uczestnik stosuje narzędzia rekrutacyjne i onboardingowe w celu rozpoznania postaw, motywatorów i kompetencji kandydatów oraz zwiększenia efektywności adaptacji i retencji pracowników.	Konstruuje pytania do rozmowy rekrutacyjnej diagnozujące postawy i motywatory kandydata.	Test teoretyczny	
	Ocenia kompetencje kandydata na podstawie zdefiniowanych kryteriów.	Test teoretyczny	
	Opracowuje plan wdrożenia pracownika zawierający działania zwiększające produktywność i retencję.	Test teoretyczny	
	Analizuje przykładowe dane sprzedażowe i identyfikuje ryzyka oraz obszary stagnacji.	Test teoretyczny	
	Uczestnik podejmuje odpowiedzialne decyzje biznesowe w oparciu o analizę jakości szans sprzedażowych, wskaźniki progresji i stagnacji oraz diagnozę ryzyk w lejkach sprzedaży.	Formułuje wnioski i rekomendacje działań optymalizujących lejek sprzedaży.	Test teoretyczny
		Uzasadnia decyzje biznesowe w oparciu o dane oraz zachowania sprzedażowe zespołu.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

DZIEŃ 1 - ZROZUMIENIE RYNKU DZIAŁANIA LIDERA

- Analiza rynku i bazy klientów.
- Analiza wpływu konkurencji.
- Bieżąca analiza SWOT.
- ICP - Profil Idealnego Klienta.
- Segmentacja wg modelu KARE.
- Szeroka propozycja wartości.

DZIEŃ 2 - ROZWÓJ STRATEGICZNY CZŁONKÓW ZESPOŁU SPRZEDAŻY

- Elementy przywództwa w sprzedaży. Rola lidera w modelu Przełożony – Trener – Mentor – Coach.
- Coaching strategiczny a taktyczny.
- Trójkąt sukcesu i model coachingu sukcesu.
- Kontrakt coachingowy i strategię zadawania pytań. Rozmowy budujące świadomość i odpowiedzialność w zespole.
- Skaner sprzedawcy. Działania proaktywne i reaktywne.
- Model coachingu strategicznego.

DZIEŃ 3 - BUDOWANIE STRUKTURY DZIAŁAŃ OPERACYJNYCH LIDERA SPRZEDAŻY

- Przeszkody na drodze do sukcesu w zarządzaniu sprzedażą.
- Kluczowe zasady projektowania rytmu pracy i działań lidera.
- Struktura działań operacyjnych lidera sprzedaży – praktyka.
- Kluczowe obszary rozwoju. Lider – zespół – firma.
- Identyfikacja i priorytetyzacja działań w kluczowych obszarach.
- Komunikacja i kalendarz lidera.

DZIEŃ 4 - REKRUTACJA, DOBÓR KANDYDYDATÓW I ONBOARDING

- Strategia identyfikacji i pozyskania właściwych kandydatów na stanowiska sprzedażowe.
- Model RESEARCH – narzędzie do budowania profilu kandydata.
- Rozmowa behawioralna i personalizacja pytań.
- Rodzaje rozmów rekrutacyjnych.
- Walidacja kandydatów i składanie oferty pracy.
- Skuteczny onboarding, zwiększanie produktywności pracownika.

DZIEŃ 5 - COACHING SPOTKAŃ Z KLIENTAMI

- Wyzwania w planowaniu i prowadzeniu spotkań z klientami.
- Coaching sukcesu w kontekście spotkań z klientami.
- Planowanie spotkania z klientem.
- Rola lidera w przygotowaniu handlowca do rozmowy.
- Obserwacja spotkań; rozróżnianie ról; rejestrowanie zachowań.
- Debriefing po spotkaniu z klientem – ćwiczenia praktyczne.

DZIEŃ 6 - ANALIZA POSTĘPU TRANSAKCJI I OPTYMALIZOWANIE LEJKA SPRZEDAŻY

- Wyzwania w analizie progresu transakcji. Identyfikacja typowych barier i błędów w procesie sprzedaży.
- Model coachingu progresu transakcji.
- Nawigator postępu transakcyjnego®: narzędzie Sandlera do oceny jakości szans sprzedaży.
- Analiza ryzyk, zagrożeń i potencjału szans sprzedażowych.
- Optymalizacja lejka sprzedaży, diagnoza: cztery czynniki „higieny lejka”, wskaźniki progresji i stagnacji, analiza struktury lejka.

Warunki organizacyjne:

Szkolenie odbywa się na sali szkoleniowej z dostępem do światła dziennego i infrastruktury (toalety) oraz możliwością aranżacji stołów i krzeseł, z rzutnikiem multimedialnym i flipchartem. Każdy z uczestników ma do dyspozycji własne biurko z zestawem piśmienniczym i dedykowanymi materiałami dydaktycznymi.

Walidacja:

Po ukończeniu szkolenia uczestnicy przystępują do testu teoretycznego, który składa się z pytań związanych z tematyką szkolenia. W teście będą zawarte pytania jednokrotnego wyboru weryfikujące wiedzę uczestników. Test będzie oceniony przez walidatora.

Realizacja usługi:

Usługa będzie realizowana w godzinach zegarowych, z przerwami wliczającymi się do czasu trwania usługi rozwojowej.

Na zajęcia praktyczne przewidzianych jest 36 h, na zajęcia praktyczne 12 h.

Weryfikacja postępów:

Szkolenie ma formę interaktywną, z licznymi zadaniami praktycznymi. Pomiedzy sesjami przewidziane są odstępy, podczas których uczestnicy wykonywać będą zadania wdrożeniowe. Zadania wdrożeniowe pozwolą uczestnikom trwale wdrożyć metodykę Sandlera do działań, zmienić nastawienie na trwałą zmianę postaw, umiejętności i nawyków sprzedażowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 ZROZUMIENIE RYNKU DZIAŁANIA LIDERA	Jacek Czarnowski	21-04-2026	09:00	17:00	08:00
2 z 7 ROZWÓJ STRATEGICZNY CZŁONKÓW ZESPOŁU SPRZEDAŻY	Jacek Czarnowski	22-04-2026	09:00	17:00	08:00
3 z 7 BUDOWANIE STRUKTURY DZIAŁAŃ OPERACYJNYCH LIDERA SPRZEDAŻY	Jacek Czarnowski	12-05-2026	09:00	17:00	08:00
4 z 7 REKRUTACJA, DOBÓR KANDYDYDATÓW I ONBOARDING	Jacek Czarnowski	13-05-2026	09:00	17:00	08:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 7 COACHING SPOTKAŃ Z KLIENTAMI	Jacek Czarnowski	09-06-2026	09:00	17:00	08:00
6 z 7 ANALIZA POSTĘPU TRANSAKCJI I OPTIMALIZOWA NIE LEJKA SPRZEDAŻY	Jacek Czarnowski	10-06-2026	09:00	16:00	07:00
7 z 7 WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ.	-	10-06-2026	16:00	17:00	01:00

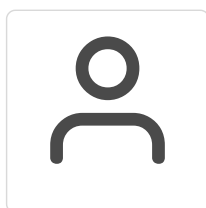
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	8 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	8 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	185,42 PLN
Koszt osobogodziny netto	185,42 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jacek Czarnowski

Trener sprzedaży i zarządzania sprzedażą, konsultant, facylitator.

Przez ponad 17 lat pełnił stanowiska dyrektora sprzedaży lub dyrektora marketingu między innymi na rynku FMCG, mody i usług (m.in. firmy Kamis, Fazer, Atlantic).

Absolwent geografii i studiów MBA na Uniwersytecie Gdańskim. Ukończył też Akademię Coachingu Biznesowego oraz Szkołę Facylitacji Pathways.

Od 2010 licencjonowany trener i konsultant Sandler Training. Właściciel gdańskiej firmy Cetus

Consulting – franczyzobiorcy Sandler Training.

Realizuje projekty doradczo-szkoleniowe dla wielu firm, skierowane do kadry menedżerskiej i handlowej, prowadzące do zwiększenia efektywności sprzedażowej. Przeszkolił ponad 1500 osób.

Wykładał na studiach MBA na Uniwersytecie Gdańskim oraz Wyższej Szkole Biznesu i Administracji w Gdyni.

Twórca i organizator odbywających się cyklicznie od 2012 r. konferencji dla menedżerów "Morfologia Sprzedaży" i „Morfologia Przywództwa”.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Podręcznik na licencji Sandler Training, zawierający pełny materiał merytoryczny poruszany w trakcie zajęć oraz specjalnie opracowane materiały wspierające program (m.in. usprawniające indywidualną pracę wdrożeniową).

Warunki uczestnictwa

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: aktywność na zajęciach, wymagana obecność na min. 80% zajęć.

Adres

Gdańsk

Gdańsk

woj. pomorskie

W dniach 21-22/04/2026 szkolenie odbędzie w Hotelu Qubus w Gdańsku, przy ul. Chmielnej 47-52.

W dniach 12-13/05 oraz 9-10/06/2026 szkolenie odbędzie się w Hotelu Focus Premium w Gdańsku, przy ul. Nad Stawem 5.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



ANETA WIELICZKO

E-mail aneta.wieliczko@sandler.com

Telefon (+48) 692 131 682