

VIDI Centrum
Rozwoju Kadr Beata
Kubicus
★★★★☆ 4,4 / 5
88 ocen

Zrównoważony Start: od pomysłu do pierwszych klientów w 3 dni (Business Model Canvas + sprzedaż bez wciskania) zgodnie z ESG

Numer usługi 2026/02/21/144537/3352176

6 150,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
236,54 PLN brutto/h
192,31 PLN netto/h
169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

📍 zdalna w czasie rzeczywistym
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 26 h
📅 10.03.2026 do 12.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie przeznaczone jest dla osób:

- planujących założenie działalności gospodarczej,
- właścicieli firm na wczesnym etapie rozwoju (do 24 miesięcy na rynku),
- freelancerów i specjalistów usługowych przechodzących z etatu na własną działalność,

które:

- mają pomysł na biznes, ale nie mają jeszcze uporządkowanego modelu biznesowego,
- nie czują się pewnie w wycenie swoich usług/produktów i obawiają się pracy poniżej kosztów,
- nie mają doświadczenia w sprzedaży i chcą sprzedawać w sposób etyczny, bez „wciskania”,
- chcą od początku budować firmę nowoczesną, zgodną z zasadami zrównoważonego rozwoju i ESG (współpraca z bardziej wymagającymi klientami, udział w przetargach, praca z klientami świadomymi ekologicznie).

Do udziału w szkoleniu nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie biznesowe ani wiedza z zakresu ESG.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

09-03-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego zaprojektowania i wdrożenia zrównoważonego modelu biznesowego oraz strategii sprzedaży dla nowej firmy. Uczestnik nabywa praktyczne umiejętności pracy z Business Model Canvas, tworzenia oferty wartości (Value Proposition) zgodnej z zasadami ESG, kalkulacji cen zapewniających rentowność ekonomiczną oraz prowadzenia etycznego procesu sprzedaży, który umożliwia pozyskiwanie pierwszych klientów B2B/B2C bez stosowania agresywnych technik.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje rentowny model biznesowy (Blueprint)	1.1. Wypełnia Business Model Canvas dla własnego pomysłu. 1.2. Określa grupę docelową i jej główne potrzeby. 1.3. Formułuje propozycję wartości z uwzględnieniem elementów ESG.	Analiza dowodów i deklaracji
Analizuje koszty i przychody oraz wylicza opłacalną cenę Tworzy skuteczną ofertę handlową (Skrypty)	2.1. Wymienia główne koszty stałe i zmienne swojej działalności. 2.2. Oblicza minimalną stawkę/cenę zapewniającą pokrycie kosztów. 2.3. Określa co najmniej dwa źródła przychodów. 3.1. Definiuje profil idealnego klienta. 3.2. Opisuje problem klienta i oferowane rozwiązanie. 3.3. Opracowuje ofertę zawierającą opis usługi/produktu, efekty i cenę. Formułuje wyróżniki oferty (USP) oparte na zrównoważonym rozwoju Dopasowuje język korzyści do profilu Idealnego Klienta	Analiza dowodów i deklaracji Analiza dowodów i deklaracji
Prowadzi proces sprzedaży- karty argumentów sprzedażowych.	Stosuje techniki obrony ceny (zbijania obiekcji) w rozmowie handlowej Prowadzi rozmowę badającą potrzeby klienta według gotowego scenariusza 4.1. Stosuje kolejne etapy rozmowy sprzedażowej (otwarcie, potrzeby, propozycja, cena, domknięcie). 4.2. Zadaje pytania otwarte badające potrzeby. 4.3. Odpowiada na co najmniej dwie typowe obiekcje klienta dotyczące ceny.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje plan działań sprzedażowo-biznesowych na 90 dni	5.1. Określa cele na 3 miesiące (np. liczba rozmów, ofert). 5.2. Planuje działania tygodniowe związane z pozyskiwaniem klientów. 5.3. Wskazuje wskaźniki, które będzie monitorować (np. liczba zapytań).	Analiza dowodów i deklaracji

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

Forma: szkolenie warsztatowe

Liczba godzin: 24 godziny dydaktyczne (3 dni x 8 godz. dydaktycznych)

Przerwy: 2 przerwy po 10 min i 1 przerwa 15 min dziennie – niewliczone w czas trwania usługi

Charakter zajęć: ok. 30% teoria, 70% praktyka (warsztaty na realnych pomysłach uczestników)

DZIEŃ 1 – MODEL BIZNESOWY I KLIENT (Business Model Canvas + ESG)

Cel dnia: uczestnik tworzy pierwszą, spójną wersję modelu biznesowego na 1 kartce, zamiast „mętliku w głowie”.

1. 1. Wprowadzenie do Business Model Canvas w kontekście nowej firmy

- 9 pól BMC omówionych w języku praktycznym.
- Różnica między „freelancerem na zleceniu” a biznesem skalowalnym.

1. Segmenty klientów i Idealny Klient

- Identyfikacja grup docelowych (B2B/B2C).
- Tworzenie Person (Idealny Klient) z uwzględnieniem klientów świadomych ESG.

1. Propozycja wartości (Value Proposition)

- Określanie problemów klientów i rezultatów, jakie przynosi usługa/produkt.
- Formułowanie obietnicy wartości (co zyskuje klient).
- Włączenie aspektów ESG (np. mniejsze marnotrawstwo, większe bezpieczeństwo, komfort).

1. Kanały dotarcia i relacje z klientem

- Kanały pierwszego kontaktu (online/offline, rekomendacje).
- Prosty „Customer Journey” – ścieżka klienta od pierwszego kontaktu do zakupu.

1. Warsztat: uzupełnienie własnego Business Model Canvas

- Uczestnicy pracują nad modelami swoich firm.
- Prezentacja wybranych modeli i feedback grupowy.

DZIEŃ 2 – LICZBY I WYCENA (Struktura kosztów, przychody, drabina ofert)

Cel dnia: uczestnik zna swoje koszty, potrafi policzyć minimalną opłacalną cenę i buduje cennik oparty na wartości.

1. 1. Struktura kosztów i strumienie przychodów

- Identyfikacja kosztów stałych i zmiennych, w tym „ukrytych” (np. czas, sprzęt, podatki).
- Określenie potencjalnych źródeł przychodów w biznesie (projekty, abonament, produkty, licencje).

1. Warsztat z kalkulatorem rentowności

- Praca na arkuszu kalkulacyjnym (Excel/Sheets).
- Liczenie minimalnej stawki godzinowej oraz progu rentowności.
- Analiza scenariuszy (obniżka ceny, opóźnienie płatności, rabaty).

1. Strategie cenowe dla nowych firm

- Porównanie: ceny „z rynku” vs. ceny oparte na kosztach i wartości.
- Jak komunikować wyższą cenę z użyciem argumentów jakości, trwałości i odpowiedzialności (ESG).

1. Drabina produktów/usług (Product Ladder)

- Projektowanie oferty wejściowej, głównej i premium.
- Powiązanie drabiny ofert z segmentami klientów z Dnia 1.

1. Mini-Canvas finansowy

- Sprawdzenie, czy zaprojektowany model i ceny zapewniają opłacalność.
- Wnioski: co trzeba zmienić w modelu, aby biznes był zrównoważony ekonomicznie.

DZIEŃ 3 – SPRZEDAŻ BEZ WCIKANIA (Proces sprzedaży, skrypty, plan działania)

Cel dnia: uczestnik ma gotową ofertę, prosty scenariusz rozmowy sprzedażowej i plan działań na 90 dni.

1. 1. Od Business Model Canvas do procesu sprzedaży

- Przełożenie BMC na prosty lejek sprzedaży (pozyskanie kontaktu → rozmowa → oferta → decyzja).

1. Tworzenie oferty handlowej

- Struktura oferty: problem klienta – rozwiązanie – efekty – sposób współpracy – cena.
- Warsztat: uczestnicy tworzą własne oferty (pod kątem wysyłki mailem/PDF lub umieszczenia na stronie www).

1. Rozmowa sprzedażowa krok po kroku

- Scenariusz rozmowy konsultacyjnej: pytania, które pomagają zrozumieć sytuację klienta.
- Techniki etycznej perswazji – sprzedaż jako pomoc w podjęciu decyzji, nie nacisk.

1. Obiekcje klientów i obrona ceny

- Typowe obiekcje („za drogo”, „muszę się zastanowić”, „konkurencja ma taniej”).
- Opracowanie kart argumentów (tzw. „battle cards”) – gotowe odpowiedzi na obiekcje z uwzględnieniem wartości i ESG.
- Ćwiczenia w parach – symulacje rozmów handlowych.

1. Indywidualny plan działania na 90 dni

- Ustalenie celów (liczba kontaktów, rozmów, ofert).

- Zaplanowanie konkretnych działań tygodniowych.
- Podsumowanie i rekomendacje dalszych kroków.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 23

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 23 Analiza potrzeb i audyt uczestników	Beata Kubicius	10-03-2026	08:00	08:45	00:45
2 z 23 Wprowadzenie, fundamenty zysku, przegląd Business Model Canvas.	Beata Kubicius	10-03-2026	09:00	10:30	01:30
3 z 23 przerwa	Beata Kubicius	10-03-2026	10:30	10:40	00:10
4 z 23 Segmenty klientów i Idealny Klient (Persona), potrzeby i problemy.	Beata Kubicius	10-03-2026	10:40	12:10	01:30
5 z 23 przerwa	Beata Kubicius	10-03-2026	12:10	12:25	00:15
6 z 23 Propozycja wartości (Value Proposition) z elementami ESG.	Beata Kubicius	10-03-2026	12:25	13:55	01:30
7 z 23 przerwa	Beata Kubicius	10-03-2026	13:55	14:05	00:10
8 z 23 Kanały dotarcia, relacje z klientem, wypełnianie własnego Business Model Canvas.	Beata Kubicius	10-03-2026	14:05	15:35	01:30
9 z 23 Struktura kosztów i źródeł przychodów w nowej firmie.	Beata Kubicius	11-03-2026	09:00	10:35	01:35
10 z 23 przerwa	Beata Kubicius	11-03-2026	10:30	10:40	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 23 Temat: Warsztat z kalkulatorem rentowności – liczenie minimalnej stawki/ceny.	Beata Kubicius	11-03-2026	10:40	12:10	01:30
12 z 23 przerwa	Beata Kubicius	11-03-2026	12:10	12:25	00:15
13 z 23 Strategie cenowe i budowa drabiny ofert (wejście, główna, premium).	Beata Kubicius	11-03-2026	12:25	13:55	01:30
14 z 23 przerwa	Beata Kubicius	11-03-2026	13:55	14:05	00:10
15 z 23 Mini-Canvas finansowy – sprawdzenie opłacalności modelu.	Beata Kubicius	11-03-2026	14:05	15:35	01:30
16 z 23 Od BMC do procesu sprzedaży – prosty lejek sprzedażowy.	Beata Kubicius	12-03-2026	09:00	10:30	01:30
17 z 23 przerwa	Beata Kubicius	12-03-2026	10:30	10:40	00:10
18 z 23 Tworzenie oferty handlowej (mail/PDF/strona www).	Beata Kubicius	12-03-2026	10:40	12:10	01:30
19 z 23 przerwa	Beata Kubicius	12-03-2026	12:10	12:25	00:15
20 z 23 Rozmowa sprzedażowa i obiekcje – ćwiczenia (scenki, karty argumentów).	Beata Kubicius	12-03-2026	12:25	13:55	01:30
21 z 23 przerwa	Beata Kubicius	12-03-2026	13:55	14:05	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 23 Indywidualny plan działania na 90 dni	Beata Kubicius	12-03-2026	14:05	15:35	01:30
23 z 23 Walidacja	-	12-03-2026	15:35	16:20	00:45

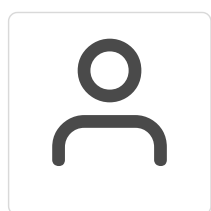
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 150,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	236,54 PLN
Koszt osobogodziny netto	192,31 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Beata Kubicius

Beata Kubicius (mgr inż.) – osoba prowadząca usługę Menedżer ds. rozwoju usług szkoleniowych w VIDI Centrum Rozwoju Kadr z 15-letnim doświadczeniem w pracy z firmami B2B jako trenerka i coach. 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. Prowadzi warsztaty i szkolenia z zakresu sprzedaży B2B, zarządzania zespołem oraz rozwoju kompetencji menedżerskich, łącząc wiedzę ekspercką z praktycznymi narzędziami wdrożeniowymi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Pakiet Narzędzi Wdrożeniowych (Toolkit), który otrzymują uczestnicy

Uczestnicy otrzymują na własność Pakiet Narzędzi Wdrożeniowych (Toolkit), który obejmuje:

Mapa Lejka Startowego (Startup Funnel Map)

Prosta mapa na jednej kartce, która pokazuje, skąd przychodzą klienci, co widzą jako pierwsze, jaki jest kolejny krok i w którym momencie płacą – pomaga zobaczyć cały „tunel” od pierwszego kontaktu do przelewu, zamiast działać „na czuja”.

Zrównoważony Business Model Canvas (One-Page Plan / „Green Profit Blueprint”)

Jednoplanszowy, zrównoważony model biznesowy z dodatkowymi polami „Wpływ na środowisko”, „Wpływ na ludzi”, „Moje wartości” – daje poczucie, że biznes jest poukładany i spójny z tym, kim jest właściciel, a nie tylko „policzony”.

Kalkulator Ceny i Rentowności „Koniec Zgadywania” (plik XLS)

Gotowy arkusz do automatycznego wyliczania cen, marż oraz progów opłacalności – po wpisaniu planowanych kosztów, oczekiwanego wynagrodzenia i dostępnego czasu uczestnik w sekundę widzi, jaka stawka i jakie ceny są dla niego bezpieczne.

Kreator Oferty „Wypełnij Luki” (Offer Builder, PDF/Doc)

Szablon oferty / strony „Oferta” / maila sprzedażowego, w którym uczestnik uzupełnia tylko kluczowe pola: „Dla kogo”, „Jaki problem rozwiązuję”, „Co robię krok po kroku”, „Jakie efekty”, „Ile to kosztuje” – eliminuje blokadę „nie wiem, jak to napisać”.

Pakiet Etycznych Skryptów Sprzedażowych (Ethical Sales Script Pack)

Zestaw prostych skryptów rozmów z klientem: scenariusz pierwszej rozmowy, pytania do badania potrzeb, przejście do ceny, domknięcie bez presji – dzięki czemu pierwsze rozmowy nie są „na ślepo”, tylko według sprawdzonego schematu.

Karty Obiekcji (Objection Battle Cards)

Karty z typowymi zdaniami klientów („Za drogo”, „Konkurencja ma taniej”, „Muszę się zastanowić”) oraz gotowymi, spokojnymi odpowiedziami – pomagają prowadzić rozmowę o cenie bez wstydu i wycofania.

Plan 90 Dni „Od Zera do Pierwszych Klientów”

Prosty plan działań na 3 miesiące: liczba kontaktów tygodniowo, liczba ofert oraz konkretne aktywności (np. LinkedIn, rekomendacje, telefony) – uwalnia z poczucia chaosu, bo każdego dnia wiadomo, co dokładnie zrobić.

Mini Checklista ESG dla Małej Firmy (Mini ESG Checklist)

Lista praktycznych działań, które można wdrożyć od razu, aby firma była bardziej „zielona” i „ludzka” (np. wybór dostawców, sposób pracy z klientami, organizacja własnej pracy) – pozwala uczciwie powiedzieć: „Prowadzę biznes odpowiedzialnie”, bez konieczności tworzenia rozbudowanych raportów.

Warunki techniczne

Platforma / Rodzaj komunikatora:

- Usługa realizowana za pośrednictwem platformy Zoom.
- Umożliwia komunikację dwukierunkową w czasie rzeczywistym (audio i wideo) oraz kontakt „twarzą w twarz” (kamera).

Wymagania sprzętowe dla Uczestnika:

- Komputer stacjonarny, laptop lub tablet z dostępem do Internetu.
- Sprawna kamera internetowa (wbudowana lub zewnętrzna) – niezbędna do potwierdzenia obecności i aktywnego udziału.
- Mikrofon i głośniki (lub zestaw słuchawkowy) – do komunikacji głosowej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego:

- Stabilne łącze internetowe o przepustowości minimum 2 Mbps (pobieranie) i 1 Mbps (wysyłanie), zalecane łącze stałe lub Wi-Fi o silnym sygnale.

Niezbędne oprogramowanie:

- Przeglądarka internetowa (zalecane: Google Chrome, Mozilla Firefox, Edge w najnowszej wersji) LUB zainstalowana aplikacja desktopowa Zoom Client for Meetings.
- Oprogramowanie do odczytu plików PDF (np. Adobe Acrobat Reader) i edycji plików tekstowych (np. MS Word lub darmowy odpowiednik) – do pracy z kartami pracy.

Kontakt



BEATA KUBICIUS

E-mail beata.kubicius@superszkolenia.pl

Telefon (+48) 696 918 316