



WORKING
PROGRESS SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Zwiększanie Postrzeganej Wartości Produktów bez Zmiany Oferty

Numer usługi 2026/02/25/201255/3362062

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🧑‍🏫 Usługa szkoleniowa

🕒 4 h

📅 08.04.2026 do 08.04.2026

553,50 PLN brutto

450,00 PLN netto

138,38 PLN brutto/h

112,50 PLN netto/h

213,44 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do • Właściciele i zarządy małych i średnich przedsiębiorstw działających na rynku konsumenckim, • menedżerowie marketingu i sprzedaży, • specjaliści ds. komunikacji odpowiedzialni za pozycjonowanie marki Sektor: Mikro, Małe i Średnie Przedsiębiorstwa (MŚP) z różnych branż (usługi, handel, produkcja).
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	03-04-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	4
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do podnoszenia wartości postrzeganej przez klientów bez modyfikacji samego produktu. Osoba uczestnicząca nauczy się profesjonalnie komunikować wartość produktu. Celem szkolenia jest zdobycie wiedzy i umiejętności pozwalających na świadome zwiększenie gotowości klientów do zapłaty wyższych cen poprzez profesjonalną komunikację wartości. Usługa jest dostosowana do realiów MŚP.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Rozróżnia i definiuje elementy wpływające na postrzeganą wartość poza samym produktem.	Poprawnie wymienia 4 kluczowe obszary budowania wartości postrzeganej: komunikacja, marka, proces sprzedaży, obsługa posprzedażowa.	Test teoretyczny
	Opisuje mechanizmy psychologiczne wpływające na percepcję wartości (efekt halo, kotwiczenie (anchoring), ramowanie (framing)).	Test teoretyczny
	Definiuje pojęcia: propozycja wartości (value proposition), kapitał marki (brand equity), doświadczenia klienta (customer experience), punkt styku (touchpoint), punkt bólu (painpoint), postrzegana jakość (perceived quality).	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI: Projektuje działania zwiększające postrzeganą wartość i wdraża je w organizacji.	Tworzy mapę punktów styku klienta z produktem, poprawnie identyfikując punkty do wzmocnienia wartości.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje propozycję wartości dla min. 2 produktów zgodnie z metodą Value Proposition Canvas.	Wywiad swobodny
	Proponuje co najmniej 3 konkretne działania zwiększające postrzeganą wartość bez zmiany produktu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wykorzystuje narzędzie do audytu i planowania działań.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Opracowuje plan wdrożenia zmian w komunikacji wartości.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Formułuje i uzasadnia w sposób merytoryczny potrzebę inwestycji w budowanie postrzeganej wartości.	Podczas dyskusji przedstawia swoją propozycję działań, odwołując się do wpływu na gotowość klienta do zapłaty.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	Konstruktywnie odpowiada na co najmniej jedno trudne pytanie kwestionujące zasadność inwestycji w percepcję, wykorzystując argumenty z zakresu kapitału marki i doświadczeń klienta.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Szkolenie prowadzone jest w małej grupie.

Osoba uczestnicząca w szkoleniu nie musi posiadać doświadczenia, gdyż prowadzący przekaże całą niezbędną wiedzę na szkoleniu.

Szkolenie będzie zawierało około 30% czasu zajęć teoretycznych oraz 70% czasu zajęć praktycznych.

Szkolenie prowadzone jest w godzinach zegarowych, przerwy oraz walidacja jest wliczona w czas usługi szkoleniowej.

BLOK 1 (90 minut)

- Wprowadzenie do postrzeganej wartości – 4 filary poza produktem.
- Psychologia percepcji wartości (halo effect, anchoring, framing).
- Komunikacja wartości – przekaz, kanały, spójność.
- Rola marki w budowaniu wartości.

- Warsztat: gra symulacyjna pokazująca wpływ różnych komunikatów na decyzje cenowe klientów.

PRZERWA (15 minut)

BLOK 2 (90 minut)

- Praca na rzeczywistym przypadku – audyt touchpointów i komunikacji wartości firmy uczestnika.

- Warsztat: użycie narzędzia do projektowania działań zwiększających wartość postrzeganą.

Walidacja: 45 minut

- Test wiedzy
- Zadania praktyczne
- Obrona rekomendacji

Całość czasowa usługi to 4h

Start szkolenia o godzinie 10:00

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 BLOK 1	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	08-04-2026	10:00	11:30	01:30
2 z 4 PRZERWA	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	08-04-2026	11:30	11:45	00:15
3 z 4 BLOK 2	ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI	08-04-2026	11:45	13:15	01:30
4 z 4 WALIDACJA	-	08-04-2026	13:15	14:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	553,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	450,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

138,38 PLN

Koszt osobogodziny netto

112,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

Ekspert ds. zarządzania ceną i ofertą Praktyk z 18-letnim doświadczeniem w budowaniu i optymalizacji modeli przychodowych dla MŚP oraz korporacji. Przez 16 lat zarządzał zespołami w strukturach macierzowych, wdrażając strategie marketing-mix dla zróżnicowanych portfeli produktów i usług. Specjalizacja:

- Pricing i zarządzanie ofertą – projektowanie architektury cenowej, polityk rabatowych i strategii pozycjonowania wartości
- Transformacja modeli biznesowych – przeprowadzenie ponad 100 projektów dla 20+ organizacji z różnych branż
- Zwinne zarządzanie – 10 lat praktyki w metodach Agile (Scrum, Kanban) w środowiskach korporacyjnych i MŚP

Podejście:

Łączy myślenie systemowe z praktycznym wdrożeniem. Koncentruje się na tym, jak decyzje cenowe i ofertowe przekładają się na wynik finansowy firmy.

Aktualność wiedzy:

Trener posiada aktualną wiedzę merytoryczną i rynkową, zdobytą w ciągu ostatnich 5 lat. Wynika ona z ciągłej aktywności na rynku usług komercyjnych, stałej współpracy z przedsiębiorstwami przy projektach transformacyjnych oraz bieżącej aktualizacji kompetencji w zakresie najnowszych trendów w marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Analiza problemu (obserwacje, wnioski, rekomendacje), podręcznik szkolenia, gra symulująca reakcje klientów na różne komunikaty wartości, narzędzie do audytu postrzeganej wartości i planowania jej zmian.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, gdy finansowanie pochodzi co najmniej w 70% ze środków publicznych.

Podstawa prawna: § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (t.j. Dz. U. z 2023 r. poz. 955 z późn. zm.).

Warunki techniczne

Stabilne połączenie internetowe min. 10 Mbps, kamera i mikrofon, przeglądarka z obsługą platformy szkoleniowej (Chrome, Firefox, Edge).

Kontakt



ZBIGNIEW WIERZCHOŁOWSKI

E-mail zwierzcholowski@gmail.com

Telefon (+48) 796 563 943