



Tworzenie produktu i jego oferty handlowej

Numer usługi 2026/03/05/19965/3381513

5 900,00 PLN brutto

5 900,00 PLN netto

295,00 PLN brutto/h

295,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

F5 Consulting sp. z
o.o.

★★★★★ 5,0 / 5

1 101 ocen

📍 Lublin

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 20:00 h

📅 11.05.2026 do 12.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie dedykowane jest właścicielom firm, osobom zarządzającym, pracownikom działów handlowych, przedstawicielom handlowym, osobom odpowiedzialnym za przygotowywanie ofert i sprzedaż w firmie, które chcą rozwinąć kompetencje w zakresie profesjonalnego tworzenia, prezentowania oraz skutecznej finalizacji ofert handlowych.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

12

Data zakończenia rekrutacji

09-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

20

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w wiedzę i praktyczne umiejętności niezbędne do samodzielnego przygotowania atrakcyjnej, dopasowanej do klienta oferty handlowej oraz jej skutecznego przedstawienia i finalizacji. Uczestnicy nauczą się stosowania narzędzi do tworzenia prezentacji, budowania języka korzyści oraz indywidualizowania oferty pod potrzeby klienta.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
1. Rozpoznaje i charakteryzuje elementy skutecznej oferty handlowej oraz zna zasady budowania języka korzyści.	Sprawdzenie wiedzy teoretycznej poprzez pytania zamknięte i otwarte dotyczące podstaw konstruowania oferty oraz języka korzyści.	Test teoretyczny
2. Tworzy samodzielnie atrakcyjne i dopasowane do klienta oferty handlowe, wykorzystując narzędzia prezentacyjne oraz język korzyści.	Analiza zadania praktycznego polegającego na przygotowaniu i prezentacji własnej oferty handlowej na zadany temat.	Prezentacja
3. Identyfikuje potrzeby klienta, prowadzi rozmowę handlową oraz stosuje techniki radzenia sobie z obiekcjami i finalizacji sprzedaży.	Obserwacja podczas symulacji rozmowy handlowej w formie odgrywania ról (role play) z uwzględnieniem identyfikacji potrzeb i jasności komunikacji.	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

DZIEŃ 1 Tworzenie produktu i analiza potrzeb klienta

1. Organizacja szkolenia i wprowadzenie (teoria: 1 godz.)

Zakres tematyczny:

- przedstawienie celów szkolenia

- omówienie agendy szkolenia
- określenie zasad współpracy
- rola sprzedawcy w procesie sprzedaży
- postawy wobec sprzedaży
- kluczowe cechy skutecznego sprzedawcy

2. Klient w centrum uwagi – identyfikacja i segmentacja klientów (teoria: 1,5 godz. / praktyka: 1,5 godz.)

Zakres tematyczny:

- znaczenie klienta w procesie tworzenia produktu
- identyfikacja grup docelowych
- segmentacja klientów
- analiza rynku i konkurencji
- dopasowanie produktu do potrzeb klienta

Ćwiczenia praktyczne:

- określanie grup docelowych
- analiza potrzeb klientów
- dopasowanie produktu do wybranego segmentu klientów

3. Rozpoznanie i definiowanie potrzeb klienta (teoria: 1 godz. / praktyka: 2 godz.)

Zakres tematyczny:

- metody identyfikacji potrzeb klienta
- rozpoznawanie i definiowanie potrzeb klientów
- motywacje zakupowe klientów
- mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych
- typologia klientów

Ćwiczenia praktyczne:

- tworzenie profilu klienta
- mapowanie potrzeb klienta
- opracowanie przykładowych person zakupowych

4. Komunikacja w sprzedaży i budowanie relacji z klientem (teoria: 0,75 godz.)

Zakres tematyczny:

- komunikacja w sprzedaży
- bariery i błędy komunikacyjne
- techniki aktywnego słuchania
- budowanie pozytywnej relacji z klientem

Przerwy wliczone w czas realizacji usługi

DZIEŃ 2 Tworzenie oferty handlowej

4. Komunikacja w sprzedaży i budowanie relacji z klientem (praktyka: 1 godz.)

Zakres tematyczny:

- komunikacja w sprzedaży
- bariery i błędy komunikacyjne
- techniki aktywnego słuchania
- budowanie pozytywnej relacji z klientem

Ćwiczenia praktyczne:

- symulacje rozmów z klientem
- analiza najczęstszych błędów komunikacyjnych

5. Prezentacja i tworzenie ofert handlowych (teoria: 1,5 godz. / praktyka: 2,5 godz.)

Zakres tematyczny:

- • struktura skutecznej oferty handlowej
- język korzyści w ofercie
- storytelling w sprzedaży
- dopasowanie oferty do potrzeb klienta
- tworzenie materiałów ofertowych

Ćwiczenia praktyczne:

- • opracowanie oferty handlowej
- przygotowanie materiałów ofertowych
- tworzenie ofert przy wykorzystaniu narzędzi (np. Canva)
- analiza ofert innych uczestników
- prezentacja ofert i informacja zwrotna

DZIEŃ 3 Proces sprzedaży i budowanie relacji z klientem

5. Prezentacja i tworzenie ofert handlowych (praktyka: 1 godz.)

Zakres tematyczny:

- • struktura skutecznej oferty handlowej
- język korzyści w ofercie
- storytelling w sprzedaży
- dopasowanie oferty do potrzeb klienta
- tworzenie materiałów ofertowych

Ćwiczenia praktyczne:

- • opracowanie oferty handlowej
- przygotowanie materiałów ofertowych
- tworzenie ofert przy wykorzystaniu narzędzi (np. Canva)
- analiza ofert innych uczestników
- prezentacja ofert i informacja zwrotna

6. Sytuacje trudne i zamknięcie sprzedaży (teoria: 1 godz. / praktyka: 2 godz.)

Zakres tematyczny:

- • rozmowy z trudnym klientem
- rozpoznawanie obiekcji klientów
- pokonywanie obiekcji klientów
- obsługa odmowy klienta
- zamknięcie transakcji sprzedaży

Ćwiczenia praktyczne:

- • symulacje rozmów sprzedażowych
- trening reagowania na obiekcje klientów

7. Budowanie lojalności i relacji posprzedażowej (teoria: 1 godz. / praktyka: 1 godz.)

Zakres tematyczny:

- • utrzymywanie relacji z klientem po sprzedaży
- budowanie lojalności klientów
- systemy lojalnościowe
- utrzymanie kontaktu z klientem

Ćwiczenia praktyczne:

- • opracowanie działań utrzymujących relacje z klientem
- przygotowanie planu komunikacji posprzedażowej

8. Podsumowanie szkolenia (teoria: 0,25 godz.)

Zakres tematyczny:

- • omówienie najważniejszych zagadnień szkolenia

- podsumowanie zdobytej wiedzy
- odpowiedzi na pytania uczestników

9. Walidacja szkolenia (teoria: 0,5 godz.)

Realizowana przez osobę inną niż trener.

Zakres tematyczny:

- • wypełnienie ankiet walidacyjnych
- ocena szkolenia przez uczestników
- rozdanie certyfikatów uczestnictwa

Przerwy wliczone w czas realizacji usługi.

Dodatkowe informacje dotyczące realizacji szkolenia

Forma realizacji usługi:

- • Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej.
- Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.
- Łączny czas trwania szkolenia wynosi 20 godzin zegarowych.
- Przerwy są ujęte w harmonogramie i są wliczone w czas trwania usługi rozwojowej.

Szkolenie ma charakter warsztatowy, z naciskiem na rozwijanie praktycznych umiejętności tworzenia produktu oraz opracowywania ofert handlowych dopasowanych do potrzeb klientów.

Warunki organizacyjne realizacji szkolenia:

Szkolenie realizowane jest w małych grupach liczących od 1 do maksymalnie 12 uczestników.

Każdy uczestnik ma zapewnione samodzielne stanowisko pracy.

Na jednego uczestnika przypada:

- • sprzęt umożliwiający realizację ćwiczeń szkoleniowych (np. komputer lub materiały warsztatowe)
- materiały szkoleniowe (drukowane lub elektroniczne)
- narzędzia do pracy warsztatowej i ćwiczeń
- dostęp do szablonów ofert handlowych
- materiały pomocnicze do tworzenia produktów i ofert

Sala szkoleniowa wyposażona jest w:

- • projektor multimedialny
- tablicę flipchart
- ekran prezentacyjny
- dostęp do narzędzi wizualnych wspierających projektowanie ofert

Metody dydaktyczne

Zajęcia prowadzone są z wykorzystaniem:

- • miniwykładów wprowadzających do zagadnień teoretycznych
- prezentacji multimedialnych
- analizy przypadków biznesowych
- ćwiczeń indywidualnych
- ćwiczeń zespołowych
- warsztatów tworzenia produktów i ofert handlowych
- symulacji rozmów sprzedażowych
- pracy na rzeczywistych przykładach produktów i ofert uczestników
- pracy z narzędziami wspierającymi tworzenie ofert (np. narzędzia graficzne i szablony ofert)

Realizacja szkolenia dla jednego uczestnika

W przypadku realizacji szkolenia dla jednego uczestnika szkolenie prowadzone jest indywidualnie.

Symulacje rozmów sprzedażowych realizowane są poprzez odgrywanie ról pomiędzy trenerem (rola klienta) a uczestnikiem.

Ćwiczenia obejmują:

- analizę potrzeb klienta
- określenie grupy docelowej produktu
- dopasowanie produktu do potrzeb rynku
- przygotowanie oferty handlowej
- prezentację rozwiązania
- reagowanie na obiekcje klientów
- finalizację sprzedaży
- opracowanie działań utrzymujących relacje z klientem

Liczba godzin zajęć w podziale na formy:

- zajęcia teoretyczne: 8 godzin
- zajęcia praktyczne: 11 godzin
- przerwy: 0,5 godzin
- walidacja: 0,5 godzin

Przerwy są wliczone w czas trwania usługi rozwojowej.

Zajęcia praktyczne obejmują:

- ćwiczenia warsztatowe związane z tworzeniem produktu
- analizę potrzeb klientów
- opracowanie propozycji wartości produktu
- przygotowanie ofert handlowych
- prezentacje ofert
- symulacje rozmów sprzedażowych
- trening reagowania na obiekcje klientów
- opracowanie planu działań posprzedażowych

Sposób organizacji walidacji efektów uczenia się:

Walidacja realizowana jest po zakończeniu szkolenia.

Walidacja realizowana jest przez osobę inną niż trener prowadzący szkolenie.

Proces walidacji obejmuje:

- test wiedzy teoretycznej
- obserwację uczestnika w warunkach symulowanych
- analizę przygotowanej oferty handlowej
- ocenę przebiegu symulowanej rozmowy sprzedażowej
- ocenę dopasowania produktu do potrzeb klienta

Walidacja realizowana jest w warunkach umożliwiających samodzielną pracę uczestnika.

Ocena przebiega według przygotowanego arkusza obserwacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Organizacja szkolenia i wprowadzenie	Adrian Greczycho	11-05-2026	08:00	09:00	01:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 13 Klient w centrum uwagi – identyfikacja i segmentacja klientów	Adrian Greczycho	11-05-2026	09:00	12:00	03:00
3 z 13 Przerwa	Adrian Greczycho	11-05-2026	12:00	12:15	00:15
4 z 13 Rozpoznanie i definiowanie potrzeb klienta	Adrian Greczycho	11-05-2026	12:15	15:15	03:00
5 z 13 Komunikacja w sprzedaży i budowanie relacji z klientem	Adrian Greczycho	11-05-2026	15:15	16:00	00:45
6 z 13 Komunikacja w sprzedaży i budowanie relacji z klientem	Adrian Greczycho	12-05-2026	08:00	09:00	01:00
7 z 13 Prezentacja i tworzenie ofert handlowych	Adrian Greczycho	12-05-2026	09:00	13:00	04:00
8 z 13 Prezentacja i tworzenie ofert handlowych	Adrian Greczycho	12-06-2026	08:00	09:00	01:00
9 z 13 Sytuacje trudne i zamknięcie sprzedaży	Adrian Greczycho	12-06-2026	09:00	12:00	03:00
10 z 13 Przerwa	Adrian Greczycho	12-06-2026	12:00	12:15	00:15
11 z 13 Budowanie lojalności i relacji posprzedażowej	Andrzej Bondyra	12-06-2026	12:15	14:15	02:00
12 z 13 Podsumowanie szkolenia	Andrzej Bondyra	12-06-2026	14:15	14:30	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 13 Walidacja szkolenia: test wiedzy, ocena umiejętności w symulowanych sytuacjach sprzedażowych i analiza przygotowanej oferty sprzedażowej	-	12-06-2026	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	295,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	295,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Adrian Greczycho

Menedżer sprzedaży, trener oraz interim manager z ponad 15-letnim doświadczeniem zawodowym w obszarze sprzedaży, zarządzania i marketingu. Absolwent studiów Executive MBA Polskiej Akademii Nauk oraz programu Szkoły Liderów.

Posiada doświadczenie w budowie i zarządzaniu strukturami handlowymi, wdrażaniu strategii sprzedażowych oraz realizacji działań marketingowych na poziomie operacyjnym i strategicznym. Realizował projekty rozwojowe oraz doradcze w środowisku MŚP oraz większych przedsiębiorstwach, w tym w branżach usługowej, medialnej, turystycznej i produkcyjnej.

Od 2018 roku prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu sprzedaży, obsługi klienta oraz komunikacji biznesowej, wspierając rozwój kompetencji sprzedażowych oraz doskonalenie procesów sprzedaży i zarządzania zespołami. W ramach współpracy z przedsiębiorstwami realizuje działania związane z

optymalizacją procesów sprzedażowych, wdrażaniem zmian organizacyjnych oraz przygotowywaniem i rozwijaniem ofert handlowych. W pracy szkoleniowej wykorzystuje metody warsztatowe oparte na analizie przypadków biznesowych, ćwiczeniach praktycznych oraz symulacjach rozmów sprzedażowych.



2 z 2

Andrzej Bondyra

Menedżer wyższego szczebla oraz ekspert w zakresie zarządzania strategicznego i finansów przedsiębiorstw z ponad 25-letnim doświadczeniem zawodowym zdobytym w spółkach z branży energetycznej, produkcyjnej, farmaceutycznej oraz przemysłowej. Posiada wykształcenie kierunkowe oraz liczne studia podyplomowe z zakresu rachunkowości, finansów, zarządzania i planowania strategicznego.

Pełnił funkcje członka zarządu, prezesa zarządu, dyrektora finansowego oraz wiceprezesa zarządu ds. finansowych, realizując zadania obejmujące m.in. zarządzanie finansami przedsiębiorstw, opracowywanie strategii rozwoju, wdrażanie systemów controllingu oraz optymalizację kosztów działalności. Realizował projekty restrukturyzacyjne, inwestycyjne oraz wdrożeniowe, obejmujące m.in. wdrażanie systemów ERP i Business Intelligence, zarządzanie płynnością finansową oraz doskonalenie procesów zarządczych i organizacyjnych.

W pracy szkoleniowej wykorzystuje doświadczenia zdobyte podczas realizacji projektów zarządczych i wdrożeniowych, wspierając uczestników w analizie opłacalności przedsięwzięć, kalkulacji kosztów oraz podejmowaniu decyzji biznesowych. Szkolenia prowadzi w formie warsztatowej, z wykorzystaniem studiów przypadków oraz ćwiczeń praktycznych opartych na rzeczywistych doświadczeniach zawodowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- **Komplet materiałów szkoleniowych**
- **Blok kartek A4** + długopis do pracy warsztatowej i ćwiczeń praktycznych
- **Dostęp do programu Canva** (umożliwiający indywidualną lub zespołową pracę nad ofertą handlową; instruktaż użytkownika podczas warsztatów)
- **Kalkulator, zakreslacz, karteczki post-it** – materiały pomocnicze do pracy zespołowej i kreatywnych warsztatów (opcjonalnie)
- **Certyfikat ukończenia szkolenia** (w wersji papierowej)

Warunki uczestnictwa

Wskazane minimum średnie wykształcenie oraz podstawowe doświadczenie w sprzedaży (zalecane, ale nie wymagane). Gotowość do pracy warsztatowej i udziału w ćwiczeniach praktycznych.

Informacje dodatkowe

Organizator zastrzega sobie możliwość wyznaczenia dodatkowego trenera w przypadku większej liczby uczestników lub zastąpienia wskazanej osoby prowadzącej w razie niedyspozycji. Wszyscy trenerzy posiadają odpowiednie kwalifikacje i doświadczenie. Uczestnicy otrzymają certyfikat ukończenia szkolenia oraz komplet materiałów szkoleniowych

Adres

ul. Franciszka Stefczyka 34

20-151 Lublin

woj. lubelskie

SIM Sp. z o.o.

Kontakt



Adrian Greczycho

E-mail biuro@f5consulting.pl

Telefon (+48) 793 610 199