



Ekspert Sprzedaży i Negocjacji Strategia, psychologia i optymalizacja procesów handlowych.

Numer usługi 2026/03/06/203681/3385254

9 000,00 PLN brutto
9 000,00 PLN netto
132,35 PLN brutto/h
132,35 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

MAW Aneta Splett

★★★★★ 5,0 / 5

8 ocen

📍 Wiaderno

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 68:00 h

📅 23.05.2026 do 21.06.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Handlowcy B2B, Managerowie Sprzedaży, Key Account, Managerowie.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	21-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	68
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

Celem szkolenia jest rozwinięcie kompetencji uczestników w zakresie skutecznej sprzedaży i negocjacji poprzez poznanie psychologii decyzji zakupowych, metod badania potrzeb klienta, budowania wartości oferty oraz prowadzenia

profesjonalnych negocjacji. Uczestnicy zdobędą praktyczne umiejętności pozyskiwania klientów, zarządzania relacjami biznesowymi, analizowania procesu sprzedaży oraz zwiększania rentowności działań handlowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>rozpoznaje mechanizmy psychologiczne wpływające na decyzje zakupowe klientów w sprzedaży B2B i B2C,</p> <p>identyfikuje style zachowań klientów na podstawie modelu DISC i dobiera odpowiedni sposób komunikacji,</p> <p>analizuje potrzeby klienta przy wykorzystaniu metod badania potrzeb (np. SPIN),</p> <p>planuje i prowadzi działania związane z aktywnym pozyskiwaniem klientów (cold calling, networking, rekomendacje),</p> <p>konstruuje ofertę sprzedażową opartą na analizie potrzeb i języku korzyści,</p> <p>prezentuje wartość oferty z uwzględnieniem elementów ekonomicznych, w tym ROI,</p> <p>stosuje techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta oraz prowadzi rozmowę sprzedażową w sytuacjach trudnych,</p> <p>prowadzi negocjacje handlowe z wykorzystaniem strategii i taktyk negocjacyjnych,</p> <p>buduje i rozwija długoterminowe relacje biznesowe z klientami,</p> <p>analizuje własny proces sprzedaży oraz identyfikuje obszary do jego optymalizacji,</p> <p>współpracuje w zespole sprzedażowym podczas ćwiczeń i symulacji negocjacyjnych,</p> <p>stosuje zasady etyki i profesjonalizmu w relacjach biznesowych.</p>	<p>omawia podstawowe czynniki wpływające na decyzje zakupowe klientów</p> <p>wskazuje przykłady zastosowania mechanizmów psychologicznych w sprzedaży</p> <p>rozdziela podstawowe style zachowań klientów</p> <p>dobiera odpowiedni sposób komunikacji do typu klienta</p> <p>formułuje pytania pozwalające na identyfikację potrzeb klienta</p> <p>przeprowadza analizę potrzeb w symulowanej rozmowie sprzedażowej</p> <p>wskazuje metody pozyskiwania klientów</p> <p>przygotowuje schemat rozmowy handlowej</p> <p>przedstawia ofertę w oparciu o język korzyści</p> <p>uzasadnia wartość proponowanego rozwiązania dla klienta</p> <p>rozpoznaje najczęstsze obiekcje klientów</p> <p>proponuje sposoby reagowania na obiekcje</p> <p>dobiera strategię negocjacyjną do sytuacji</p> <p>prowadzi rozmowę negocjacyjną w ćwiczeniu praktycznym</p> <p>wskazuje zasady budowania i utrzymywania relacji z klientem</p> <p>proponuje działania wspierające długofalową współpracę</p> <p>identyfikuje mocne i słabe strony własnych działań sprzedażowych</p> <p>proponuje sposoby usprawnienia procesu sprzedaży</p> <p>omawia podstawowe zasady etyczne w sprzedaży</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	wskazuje przykłady stosowania zasad etycznych w praktyce biznesowej.	

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

Program szkolenia to kompendium nowoczesnej sprzedaży – od psychologicznych fundamentów budowania relacji, po zaawansowane techniki negocjacyjne i analitykę biznesową.

Łączy klasyczny warsztat handlowy z najnowszymi trendami rynkowymi, oferując uczestnikom konkretne narzędzia i umiejętności, które mogą natychmiast wdrożyć, aby zwiększyć swoją skuteczność i rentowność sprzedaży.

Moduł 1: Psychologia decyzji zakupowych i typologia klienta

1.1 Mechanizmy psychologiczne: Emocje vs. Logika w procesie B2B i B2C

1.2 Model DISC w praktyce: rozpoznawanie stylów zachowań klienta (Dominujący,

1.3 Inspirujący, Stały, Krytyczny) i adaptacja języka korzyści.

1.4 Budowanie autorytetu: Efekt pierwszeństwa i reguła autorytetu Cialdiniego.

Moduł 2: Aktywne pozyskiwanie klientów

2.1 Cold Calling 2.0: skuteczne otwarcie rozmowy, omijanie „strażników dostępu”

(sekretariaty)

2.2 Strategie networkingowe: budowanie bazy kontaktów podczas eventów branżowych i

konferencji

2.3 Systemy rekomendacji: jak i kiedy prosić o polecenia, by stały się stałym źródłem leadów.

2.4 „Zimne telefony” z informacją zwrotną.

Moduł 3: Badanie potrzeb i audyt sytuacji klienta

3.1 Metoda SPIN: zadawanie pytań sytuacyjnych, problematycznych, implikacyjnych i naprowadzających

3.2 Challenger Sale: Jak uczyć klienta o jego własnym biznesie i rzucać wyzwanie jego status quo

3.3 Aktywne słuchanie: Techniki parafrazy i odzwierciedlenia.

Moduł 4: Konstruowanie ofert wartości

4.1 Analiza potrzeb vs Rozwiązania: Mapowanie „bólów” klienta na konkretne funkcje produktu

4.2 Język korzyści: cecha-zaleta-korzyść

4.3 Ekonomia oferty: Prezentacja zwrotu z inwestycji (ROI) oraz kosztów zaniechania działania.

Moduł 5: Zaawansowane techniki odpierania obiekcji i impasu

5.1 Kategoryzacja obiekcji: Ukryte intencje, brak budżetu, brak zaufania, brak pilności.

5.2 Metody odpowiedzi: izolacja obiekcji, metoda „bumerangu”, technika „poczuj-czułem-znalazłem”.

5.3 Zamykanie próbne: Sprawdzanie gotowości klienta na każdym etapie rozmowy.

Moduł 6: Strategia Key Account Management

6.1 Matryca kluczowych klientów: kogo rozwijać, a kogo tylko utrzymywać?

6.2 Mapowanie wpływów: Identyfikacja Decydentów, Doradców, Użytkowników i „Blokujących” wewnątrz firmy klienta.

6.3 Plany kont (Account Plans): Strategia długofalowej współpracy.

Moduł 7: Zarządzanie portfelem i analiza lejka sprzedaży w CRM

7.1 Higiena danych: Dlaczego pusty CRM to martwa sprzedaż?

7.2 Zarządzanie szansami (Opportunity Management): wyznaczanie priorytetów (metoda ABC).

7.3 Analityka KPI: czas trwania cyklu sprzedaży, współczynnik konwersji (win-rate)

Moduł 8: Negocjacje handlowe: od przygotowania do zamknięcia

8.1 Fundamenty: Definiowanie BATNA (najlepsza alternatywa) i ZOPA (obszar porozumienia)

8.2 Taktyki negocjacyjne: „wysoka piłka”, „skubanie”, „brak pełnomocnictw”.

8.3 Ustępstwa: zasada „coś za coś” – nigdy nie oddawaj niczego za darmo.

Moduł 9: Analiza rentowności sprzedaży i marżowości

9.1 Finanse dla handlowca: Próg rentowności (break-even point), marża brutto vs.

Narzut.

9.2 Negocjowanie wartości nie ceną – jak obronić wysoką cenę przed działem zakupów.

9.3 LTV – dlaczego czasem warto odpuścić cenę przy pierwszej transakcji.

Moduł 10: Prezentacja biznesowa i wystąpienia przed decydentami

10.1 Why – How – What

10.2 Perswazja wizualna: jak tworzyć slajdy, które sprzedają, a nie nudzą.

10.3 Zarządzanie trudnymi pytaniami: techniki odpowiedzi pod presją.

Moduł 11: Zarządzanie czasem i efektywność osobista

11.1 Oddzielenie czasu na „polowanie” od czasu na „obsługę”

11.2 Zasada Pareto: identyfikacja 20% działań generujących 80% wyniku.

11.3 Automatyzacja pracy: wykorzystanie kalendarzy i prostych narzędzi do automatyzacji follow-upów.

Moduł 12: Warsztat: Trudne rozmowy i techniki mediacyjne

12.1 Reklamacje jako szansa: jak zmienić niezadowolonego klienta w ambasadora marki.

12.2 Asertywność handlowca: jak powiedzieć „nie” nierentownym żądaniom klienta.

12.3 Symulacja: ćwiczenia w grupach.

Walidacja - test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Wszystkie zajęcia są zajęciami teoretycznymi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Dzień 1. Psychologia decyzji zakupowych i typologia klienta	Emilia Sass	23-05-2026	09:00	15:00	06:00
2 z 13 Aktywne pozyskiwanie klientów	Emilia Sass	23-05-2026	15:00	18:00	03:00
3 z 13 Dzień 2: Badanie potrzeb i audyt sytuacji klienta	Emilia Sass	24-05-2026	09:00	14:00	05:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 13 Konstruowanie ofert wartości (Value Proposition Design)	Emilia Sass	24-05-2026	14:00	19:00	05:00
5 z 13 Dzień 3: Zaawansowane techniki odpirania obiekcji i impasu	Emilia Sass	06-06-2026	09:00	14:00	05:00
6 z 13 Strategia Key Account Management (zarządzanie dużym klientem)	Emilia Sass	06-06-2026	14:00	19:00	05:00
7 z 13 Dzień 4. Zarządzanie portfelem i analiza lejka sprzedaży w CRM	Emilia Sass	07-06-2026	09:00	15:00	06:00
8 z 13 Analiza rentowności sprzedaży i marżowość dla handlowca	Emilia Sass	07-06-2026	15:00	18:00	03:00
9 z 13 Dzień 5. Negocjacje handlowe: od przygotowania do zamknięcia	Emilia Sass	20-06-2026	09:00	14:00	05:00
10 z 13 Prezentacja biznesowa i wystąpienia przed decydentami	Emilia Sass	20-06-2026	14:00	17:00	03:00
11 z 13 Dzień 6: Zarządzanie czasem i efektywność osobista handlowca	Emilia Sass	21-06-2026	10:00	13:00	03:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 13 Warsztat: Trudne rozmowy i techniki mediacyjne w handlu	Emilia Sass	21-06-2026	13:00	14:00	01:00
13 z 13 Walidacja -test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie	Emilia Sass	21-06-2026	14:00	15:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	132,35 PLN
Koszt osobogodziny netto	132,35 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Emilia Sass

Prowadząca szkolenie to skuteczna liderka z ponad 20-letnim doświadczeniem w zarządzaniu strukturami sprzedaży w wymagającej branży spożywczej. Specjalizuje się w budowaniu i restrukturyzacji zespołów handlowych, wdrażaniu strategii wzrostu oraz optymalizacji procesów operacyjnych w dynamicznym środowisku biznesowym.

W swojej dotychczasowej karierze z sukcesem przeprowadzała organizacje przez kluczowe procesy transformacji, w tym integrację jednostek biznesowych oraz reorganizację struktur po kryzysach rynkowych. Jej podejście opiera się na połączeniu twardych danych i silnej orientacji na cel, z budowaniem stabilnych relacji biznesowych.

Kluczowe kompetencje:

- Zarządzanie strategiczne: Tworzenie i wdrażanie długofalowych strategii handlowych dla nowych jednostek produkcyjnych oraz rynków zagranicznych.
- Negocjacje i relacje B2B: Bogate doświadczenie w budowaniu trwałych relacji z kluczowymi sieciami handlowymi oraz partnerami międzynarodowymi.
- Przywództwo: Budowanie i koordynowanie zaangażowanych zespołów sprzedażowych nastawionych na realizację wspólnych celów.
- Psychologia w Biznesie: Wykorzystywanie wiedzy z zakresu psychologii do efektywnego zarządzania kapitałem ludzkim i procesami negocjacyjnymi

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Skrypt w wersji papierowej.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem udziału w szkoleniu jest ukończenie 18 roku życia oraz dokonanie zapisu na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych (BUR).

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych, gdzie 1 godzina szkoleniowa wynosi 45 minut.

Przerwy nie są wliczane do czasu trwania szkolenia. Ze względu na charakter zajęć oraz indywidualne tempo pracy uczestników przerwy mogą odbywać się w różnych godzinach, tak aby nie przerywać wykonywania zabiegów w kluczowych etapach pracy.

Cena szkolenia nie obejmuje kosztów noclegu, transportu oraz pełnego wyżywienia uczestników.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora ani Partnera Operatora w danym projekcie PSF, Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

W przypadku dofinansowania dla firm poniżej 70%, w tym w szczególności dla średnich przedsiębiorstw, do ceny usługi należy doliczyć podatek VAT w wysokości 23%.

Adres

Wiaderno 25A
97-200 Wiaderno
woj. łódzkie

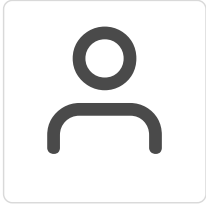
Siedziba firmy.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

- Parking przed budynkiem.

Kontakt



ANETA SPLETT

E-mail szkolenia.maw@gmail.com

Telefon (+48) 669 585 668