



Mach & Partner
Consulting Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

1 454 oceny

Matematyka handlowa - świadome zarządzanie sprzedażą - rentowność, marża, rabaty

Numer usługi 2026/03/11/24133/3398601

📍 Rąbień / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 21 h

📅 16.04.2026 do 17.04.2026

2 583,00 PLN brutto

2 100,00 PLN netto

123,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresowane jest do kadry menedżerskiej średniego i wyższego szczebla oraz specjalistów odpowiedzialnych za realizację celów sprzedażowych, budowanie polityki handlowej i podejmowanie decyzji cenowo-rabatowych. W szczególności rekomendowane jest dla:

- Key Account Managerów, Category Managerów, Trade Marketing Managerów, Pricing Managerów,
- Dyrektorów sprzedaży, kierowników regionów, liderów zespołów handlowych,
- Specjalistów ds. controllingu handlowego, analiz finansowych, strategii cenowej,
- Osób współodpowiedzialnych za negocjacje kontraktowe z klientami sieciowymi i hurtowymi,
- Przedstawicieli działów komercyjnych firm produkcyjnych, dystrybucyjnych i usługowych,
- Członków interdyscyplinarnych zespołów projektowych zajmujących się optymalizacją rentowności klientów lub portfolio produktów.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

13

Data zakończenia rekrutacji

15-04-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

21

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego analizowania, kalkulowania oraz optymalizowania warunków handlowych i decyzji sprzedażowych w oparciu o dane finansowe przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem rachunku zysków i strat, marży, struktury kosztów oraz rentowności współpracy z klientem, w sposób wspierający długoterminową efektywność biznesową i świadome podejmowanie decyzji handlowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozróżnia elementy struktury rachunku zysków i strat oraz ich funkcje w analizie rentowności firmy	wskazuje pozycje RZiS (np. EBIT, EBITDA, marża operacyjna) w analizie przypadków	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Definiuje kluczowe komponenty warunków handlowych oraz wskazuje ich wpływ na marżę klienta i firmy	identyfikuje elementy kontraktu handlowego i poprawnie klasyfikuje rabaty, bonusy i inwestycje	Wywiad swobodny
Kalkuluje próg rentowności i marżę na pokrycie na podstawie danych kosztowych i sprzedażowych	wykonuje samodzielnie poprawne obliczenia breakeven point oraz marży kontrybucyjnej w zadaniach warsztatowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje modele analizy warunków handlowych do oceny opłacalności współpracy z klientem	analizuje struktury rabatowe (sumaryczne vs. kaskadowe) i wskazuje ich wpływ na końcową marżę	Wywiad swobodny
Wykazuje gotowość do prowadzenia merytorycznych negocjacji opartych na argumentach finansowych	aktywnie uczestniczy w symulacjach negocjacyjnych z użyciem arkusza warunków i danych marżowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Współpracuje z innymi uczestnikami w celu opracowania optymalnej struktury warunków dla klienta	angażuje się w pracę zespołową podczas ćwiczeń warsztatowych i wspólnie z grupą wypracowuje rozwiązania	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

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego analizowania, kalkulowania oraz optymalizowania warunków handlowych i decyzji sprzedażowych w oparciu o dane finansowe przedsiębiorstwa, ze szczególnym uwzględnieniem rachunku zysków i strat, marży, struktury kosztów oraz rentowności współpracy z klientem, w sposób wspierający długoterminową efektywność biznesową i świadome podejmowanie decyzji handlowych.

Szkolenie adresowane jest do kadry menedżerskiej średniego i wyższego szczebla oraz specjalistów odpowiedzialnych za realizację celów sprzedażowych, budowanie polityki handlowej i podejmowanie decyzji cenowo-rabatowych. W szczególności rekomendowane jest dla:

- Key Account Managerów, Category Managerów, Trade Marketing Managerów, Pricing Managerów,
- Dyrektorów sprzedaży, kierowników regionów, liderów zespołów handlowych,
- Specjalistów ds. controllingu handlowego, analiz finansowych, strategii cenowej,
- Osób współodpowiedzialnych za negocjacje kontraktowe z klientami sieciowymi i hurtowymi,
- Przedstawicieli działów komercyjnych firm produkcyjnych, dystrybucyjnych i usługowych,
- Członków interdyscyplinarnych zespołów projektowych zajmujących się optymalizacją rentowności klientów lub portfolio produktów.

Rachunek zysków i strat – co to jest, po co i jak działa?

- Zacząć od szerokiego obrazu firmy, czyli na czym polega podstawowe narzędzie obrazu biznesowego każdego przedsiębiorstwa.
- Co można wyczytać z RZiS oraz które wskaźniki są kluczowe
- Jaką rekomendacją i działania powinien podejmować szef i każdy handlowiec na podstawie RZiS

Warunki handlowe – główne elementy oraz działania i kalkulacje

- Struktura warunków handlowych – poszczególnych elementów kontraktu handlowego
- Rodzaje cen - detaliczna, podstawowa, hurtowa, net-net, promocyjna
- Rodzaje rabatów – procentowe, wartościowe, progowe, podstawowe
- Rodzaje bonusów i inwestycji – uzależnione od obrotu, nieuzależnione od obrotu
- Inwestycje poza kontraktowe – czy wliczać je w warunki klienta

Pułapki w kalkulacjach warunków handlowych

- Bonus progowy, od nadwyżki, bonus liniowy – jak wyliczyć?
- Cena net/net czy cena net/net/net – co robi różnicę?
- Kaskadowo czy sumarycznie – co opłaca się bardziej?
- Od czego naliczamy warunki frontowe, wtórne, pozakontraktowe?
- Struktura warunków - model francuski, model angielski – różnice, korzyści dla firmy, korzyści dla klienta
- Back to Front – jak przenieść warunki bez straty

Zarządzanie warunkami klientów

- Suma warunków na kliencie – jak wyliczyć, do czego potrzebuję tej informacji
- Średnie warunki na grupie klientów klientach - czy powinienem je znać?
- Średni rabat promo – jak wyliczyć,
- Suma warunków handlowych na kliencie
- Warunki liczone „od dołu” i „od góry” – gdzie jest pułapka?
- Jak rozplanować poprawę warunków na klientów?
- Jak wyliczyć marżę działu?

Jak wpływać na marżę?

- Marża czy narzut – do czego służą, czym się różnią?
- Dodatkowy rabat promo – skutki dla marży firmy
- Rabat promo, produkt gratis czy budżet marketingowy – ich wpływ na marżę, co najbardziej się opłaca firmie?
- Dodatkowy termin płatności – jak go przeliczyć na bonus?

Rentowność – czyli ile muszę sprzedać, żeby zarobić?

- Główne typy kosztów – zmienne, stałe, bezpośrednie, ogólne – sposoby klasyfikacji
- Rentowność firmy – sposób wyliczania
- Marża na pokrycie – czym jest, do czego służy?
- Punkt opłacalności, prognozowany zysk – jak je osiągnąć?
- Rozszerzenie oferty – koszt wprowadzenia produktu – sposób wyliczania punktu rentowności (breakeven point)
- Dodatkowe akcje promocyjne – RO(M)I – sposób wyliczania poziomu zwrotu na inwestycji marketingowej. Pre i post ewaluacja promocji

Podstawowe argumenty finansowe w rozmowach z Klientem

- Na czym zarabia klient – główne elementy wpływające na marżę klienta?
- Zysk klienta z rozszerzenia oferty – korzyść dla firmy czy klienta?
- Zysk klienta z dodatkowej akcji promocyjnej – co będzie negocjował klient i dlaczego?
- Marża net-net klienta na dostawcy – jak ją wyliczyć?

Walidacja

Informacje dodatkowe

- Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat o ukończeniu usługi. Warunkiem uzyskania certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć
- Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 45 minut
- Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności
- Walidacja wlicza się w czas trwania usługi
- W trakcie trwania usługi na prośbę uczestników możliwa jest przerwa, jednocześnie jej czas nie jest wliczony w czas trwania usługi.
- Szkolenie zawiera 6h teorii i 15h praktyki

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Podstawy rachunku zysków i strat oraz obraz firmy	Mariusz Walczak	16-04-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 10 Warunki handlowe – podstawy i elementy kontraktu	Mariusz Walczak	16-04-2026	09:30	11:15	01:45
3 z 10 Kalkulacje warunków handlowych i pułapki	Mariusz Walczak	16-04-2026	11:15	12:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 10 Zarządzanie warunkami klientów i analiza marży	Mariusz Walczak	16-04-2026	12:45	14:15	01:30
5 z 10 Marża, narzut i działania handlowe	Mariusz Walczak	16-04-2026	14:15	16:15	02:00
6 z 10 Koszty i rentowność firmy	Mariusz Walczak	17-04-2026	08:00	10:00	02:00
7 z 10 Rozszerzenie oferty i akcje promocyjne	Mariusz Walczak	17-04-2026	10:00	12:00	02:00
8 z 10 Analiza zysku klienta	Mariusz Walczak	17-04-2026	12:00	14:00	02:00
9 z 10 Strategie zwiększania marży i optymalizacji warunków	Mariusz Walczak	17-04-2026	14:00	15:00	01:00
10 z 10 Walidacja	-	17-04-2026	15:00	15:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 583,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mariusz Walczak

Trener i praktyk biznesu z ponad 20-letnim doświadczeniem w sprzedaży, zarządzaniu zespołami i wdrażaniu rozwiązań wspierających efektywność pracy. Od ponad 5 lat specjalizuje się w szkoleniach z zakresu automatyzacji procesów, wykorzystania narzędzi AI, analizy danych, Excela, Power BI oraz wizualizacji danych biznesowych.

Prowadzi warsztaty z efektywnego wykorzystania technologii cyfrowych w biznesie – w szczególności narzędzi wspierających analizę i raportowanie, komunikację zespołową, planowanie oraz rozwój sprzedaży. W ostatnich latach realizował projekty szkoleniowe i doradcze dla firm wdrażających rozwiązania oparte na sztucznej inteligencji i automatyzacji, koncentrując się na zwiększaniu produktywności zespołów oraz świadomym wykorzystywaniu danych w decyzjach biznesowych.

Jako certyfikowany audytor i doświadczony menedżer, łączy techniczne kompetencje z umiejętnością przekładania skomplikowanych zagadnień technologicznych na praktyczne zastosowania. W pracy trenerskiej stawia na konkret, interakcję i praktyczne ćwiczenia, pomagając uczestnikom dostrzec realne możliwości wdrożenia AI i narzędzi cyfrowych w codziennej pracy.

Absolwent Politechniki Warszawskiej, Wydziału Mechanicznego Energetyki i Lotnictwa. Autor autorskich programów rozwojowych dla działów sprzedaży i obsługi klienta, łączących wiedzę techniczną z nowoczesnymi narzędziami cyfrowymi i wizualizacją danych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- drukowane materiały szkoleniowe/skrypt autorski firmy Mach & Partner Consulting
- zestaw ćwiczeń wykorzystywanych podczas szkolenia
- certyfikat ukończenia szkolenia

Informacje dodatkowe

W cenę szkolenia nie jest wliczony dojazd, nocleg oraz wyżywienie.

Uczestnik potwierdza udział w szkoleniu podpisem listy obecności, musi być obecny na minimum 80% czasu trwania usługi.

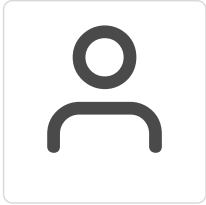
Adres

ul. Księdza Kanonika Andrzeja Mikołajczyka 4/10
95-070 Rąbień
woj. łódzkie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



KATARZYNA SEJ

E-mail dofinansowania@machconsulting.pl

Telefon (+48) 227 562 135