

**Sales Management Mastery- szkolenie**

Numer usługi 2026/03/18/195563/3416736

17 570,55 PLN brutto

14 285,00 PLN netto

199,67 PLN brutto/h

162,33 PLN netto/h

213,44 PLN cena rynkowa ⓘ

INSTYTUT
ROZWOJU
SPRZEDAŻY I
MARKETINGU
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

2 oceny

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 88 h

📅 18.09.2026 do 12.12.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Zarządzanie przedsiębiorstwem

Grupa docelowa usługi**Grupa docelowa:**

- właściciele firm
- dyrektorzy sprzedaży
- managerowie sprzedaży
- osoby odpowiedzialne za rozwój sprzedaży B2B

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

24

Data zakończenia rekrutacji

17-09-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

88

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 przygotowuje uczestnika do samodzielnego prowadzenia procesu sprzedaży B2B – od kwalifikacji i spotkania handlowego, przez projektowanie działań sprzedażowych, aż po zarządzanie relacjami z obecnymi klientami – z wykorzystaniem wiedzy psychologicznej, narzędzi account managementu i inteligencji emocjonalnej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady budowania propozycji wartości oraz strategii sprzedaży B2B	rozdziela elementy skutecznej propozycji wartości	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wyjaśnia zasady zarządzania zespołem sprzedażowym oraz integracji sprzedaży z marketingiem B2B	identyfikuje zależności między działaniami marketingowymi i sprzedażowymi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy dopasowaną do rynku propozycję wartości oraz strategię sprzedaży	definiuje grupę docelową i Buyer Persony	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opracowuje mapę relacji w organizacji klienta i plan działań rozwojowych na portfolio klientów.	Identyfikuje decydentów, użytkowników i wpływowych interesariuszy, określa cele komunikacyjne dla każdego z nich.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje i wdraża proces sprzedaży oraz system zarządzania oparty na danych	dobiera wskaźniki i narzędzia do analizy wyników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje podejście strategiczne w podejmowaniu decyzji sprzedażowych	uwzględnia cele biznesowe przy planowaniu działań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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 ma na celu kompleksowe przygotowanie uczestników do budowy i rozwoju nowoczesnego działu sprzedaży B2B. Program obejmuje wszystkie kluczowe obszary – od stworzenia skutecznej propozycji wartości, przez opracowanie strategii i procesów sprzedażowych, aż po zarządzanie zespołem, marketing B2B oraz automatyzację działań.

Uczestnicy zdobędą praktyczną wiedzę oraz narzędzia umożliwiające projektowanie, wdrażanie i optymalizację procesów sprzedaży w organizacji. Program kładzie nacisk na podejście procesowe, zarządzanie oparte na danych oraz skuteczną współpracę sprzedaży i marketingu.

Szkolenie realizowane jest w formie warsztatowej, z wykorzystaniem case studies oraz pracy na realnych przykładach uczestników.

Program szkolenia:

Moduł 1: Propozycja wartości

- Tworzenie skutecznej propozycji wartości
- Identyfikacja realnych problemów klientów
- Budowanie wartości produktu/usługi
- Warsztaty tworzenia propozycji wartości
- Wykorzystanie w sprzedaży i marketingu B2B

Moduł 2: Strategia sprzedaży

- Budowa strategii sprzedaży
- Struktura procesów sprzedażowych
- Definiowanie grupy docelowej
- Mierzenie i rozwój strategii
- Komunikacja strategii w firmie

Moduł 3: Proces sprzedaży

- Projektowanie procesu sprzedaży
- Proces kwalifikacji klientów
- Wdrażanie procesu sprzedaży
- Optymalizacja i mierzenie efektywności

Moduł 4: Zarządzanie i miary

- Zarządzanie sprzedażą w oparciu o dane
- Planowanie i kontrola działań
- Kaskadowanie celów
- System zarządzania sprzedażą

Moduł 5: Budowanie procesów i standardów

- Tworzenie i dokumentowanie procesów
- Budowa strumienia wartości
- Usprawnianie procesów
- Model organizacyjny oparty o procesy

Moduł 6: Leadership i zarządzanie zmianą

- Rola lidera w organizacji
- Zarządzanie zmianą
- Budowanie autorytetu
- Psychologia zarządzania zespołem

Moduł 7: Rekrutacja i motywowanie

- Profil handlowca
- Proces rekrutacji
- Systemy motywacyjne
- Onboarding pracowników

Moduł 8: Pozyskiwanie klientów

- Źródła klientów B2B
- Prospecting
- Tworzenie komunikatów sprzedażowych
- Case studies

Moduł 9: Marketing B2B i automatyzacja

- Podstawy marketingu B2B
- Współpraca marketing–sprzedaż
- Automatyzacja procesów
- Systemy CRM

Informacje dodatkowe:

- Po zrealizowanym szkoleniu uczestnik otrzyma certyfikat o ukończeniu usługi. Warunkiem uzyskania certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego min 80% punktów z testu oraz pozytywny wynik z formy walidacji w postaci wywiadu swobodnego.
- 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
- Uczestnicy usługi nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem / stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej
- Walidacja wlicza się w czas trwania usługi
- Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i **odpowiednio wydłuża zajęcia**. Przerwy nie są wpisane w harmonogram szkolenia i nie stanowią kosztów kwalifikowalnych.
- Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne.
- Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.

Szkolenie będzie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności tj:

- Dyskusja panelowa
- Metoda symulacyjna
- Metoda projektów
- Rozmowa kierowana

Szkolenie ma charakter praktyczny i aktywizujący w celu wypracowania najkorzystniejszego podejścia oraz rozwiązań dla organizacji.

Warunki organizacyjne:

- Nowoczesny sprzęt audiowizualny,
- Ergonomiczne wyposażenie sali: Dostęp do stołów ustawionych w układzie sprzyjającym pracy zespołowej oraz wygodnych krzeseł zapewniających komfort podczas dłuższych sesji.
- W sali szkoleniowej będą dostępne długopisy, ołówki, notatniki oraz flipcharty. Flipcharty z zestawami markerów zostaną przeznaczone do wspólnej pracy grupowej, co ułatwi wizualizację pomysłów, tworzenie notatek w czasie rzeczywistym oraz angażowanie uczestników w praktyczne ćwiczenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	17 570,55 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	14 285,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	199,67 PLN
Koszt osobogodziny netto	162,33 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Michał Balcerzak

Trener, praktyk biznesu i doradca w obszarze strategii sprzedaży, zarządzania zespołami handlowymi oraz marketingu B2B. Od lat buduje skuteczne procesy sprzedażowe – zarówno od zera, jak i w ramach restrukturyzacji istniejących działów. Bez budżetu na start stworzył i usamodzielił dział handlowy w branży reklamowej, a następnie przeprowadził pełną digitalizację sprzedaży w spółce z sektora finansowego. W obu organizacjach przeszedł wszystkie szczeble – od handlowca, przez menedżera sprzedaży, po właściciela firmy.

Dzisiaj wykorzystuje te doświadczenia, prowadząc projekty doradcze i szkolenia z zakresu sprzedaży doradczej, prospectingu, zarządzania relacjami z klientami oraz komunikacji B2B. Pracuje z przedsiębiorcami, liderami sprzedaży i zespołami handlowymi, pomagając im zwiększać skuteczność działań, porządkować procesy i wykorzystywać marketing jako wsparcie sprzedaży.

W swojej pracy łączy analityczne podejście z praktycznym spojrzeniem na realia codziennej pracy handlowca. Uczestnicy jego szkoleń podkreślają, że w przystępny sposób tłumaczy złożone zagadnienia, skupia się na konkretnych przykładach i pokazuje rozwiązania, które można wdrożyć następnego dnia po szkoleniu. Posiada doświadczenie i kwalifikacje zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat wstecz od dnia rozpoczęcia usługi.



2 z 2

Joanna Wazowicz

Trenerka i konsultantka w obszarze doradztwa metodologicznego, sprzedażowego i biznesowego. Łączy oświadczenie menedżerskie z praktycznym podejściem do rozwoju ludzi i organizacji. Pracowała w polskich i międzynarodowych firmach, gdzie odpowiadała za zarządzanie zespołami, obsługę kluczowych klientów oraz rozwój struktur sprzedażowych. W roli Partnera Zarządzającego w firmie doradztwa zarządczego realizowała projekty z zakresu strategii, procesów i efektywności biznesowej.

W pracy trenerskiej koncentruje się na realnym przełożeniu metod i narzędzi na wyniki – zarówno biznesowe, jak i osobiste. Pomaga uczestnikom szkoleń budować świadomość własnych zasobów, rozwijać kompetencje komunikacyjne, menedżerskie i sprzedażowe oraz wzmacniać odporność psychiczną w środowisku biznesowym.

Współpracowała z wieloma znanymi markami, m.in. Peugeot, Citroën, Mercedes-Benz, Volkswagen Polska, Żywiec Zdrój, Stock Polska, Onico, Performance Media, Sotrender, Hotel Arłamów, Hotel Le Regina.

Jest certyfikowanym konsultantem FinxS Sales Assessment, co pozwala jej diagnozować i rozwijać potencjał sprzedażowy zespołów w oparciu o dane i rzetelne narzędzia psychometryczne.

W obszarze osobistym i zawodowym promuje mindfulness, zarządzanie stresem, techniki oddechowe i wizualizacyjne – jako element codziennej higieny psychicznej i budowania odporności emocjonalnej. Posiada doświadczenie i kwalifikacje zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

skrypt szkoleniowy

Informacje dodatkowe

Podstawa zwolnienia z VAT:

§3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenie Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r.

Adres

ul. Suwak 7B
02-676 Warszawa
woj. mazowieckie

Kontakt



NORBERT BRODOWSKI



E-mail norbertbrodowski1@gmail.com

Telefon (+48) 505 037 321