



Unico Biznes: Od pierwszego kontaktu do zamknięcia. Praktyczne szkolenie online ze skutecznej sprzedaży i budowy strategii.

Numer usługi 2026/03/27/160223/3440896

3 500,00 PLN brutto
 3 500,00 PLN netto
 175,00 PLN brutto/h
 175,00 PLN netto/h
 169,00 PLN cena rynkowa ⓘ

UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

415 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 19.05.2026 do 22.05.2026

Informacje podstawowe

| | |
|----------------------------------------|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria | Biznes / Sprzedaż |
| Grupa docelowa usługi | Szkolenie dedykowane jest przedstawicielom działów sprzedaży, marketingu, obsługi klienta, menedżerom, przedsiębiorcom oraz wszystkim osobom, które chcą doskonalić swoje umiejętności sprzedażowe i strategiczne w oparciu o nowoczesne techniki oraz narzędzia planowania. |
| Minimalna liczba uczestników | 1 |
| Maksymalna liczba uczestników | 6 |
| Data zakończenia rekrutacji | 12-05-2026 |
| Forma prowadzenia usługi | zdalna w czasie rzeczywistym |
| Liczba godzin usługi | 20 |
| 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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego prowadzenia procesu sprzedażowego – od pierwszego kontaktu z klientem aż do zamknięcia transakcji – z wykorzystaniem nowoczesnych technik komunikacyjnych, psychologicznych oraz narzędzi wspierających strategię i automatyzację sprzedaży. Szkolenie

prowadzi do tworzenia i wdrażania strategii sprzedażowej, zarządzania relacjami z klientami oraz planowania budżetu sprzedażowego w sposób zintegrowany i efektywny.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|----------------------------------------------------------------------|----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Charakteryzuje etapy nowoczesnego procesu sprzedażowego. | <ul style="list-style-type: none"> – rozróżnia kluczowe fazy procesu sprzedażowego od zapytania do finalizacji, – identyfikuje cele i zadania przypisane do każdego etapu, | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| Identyfikuje potrzeby klienta i dopasowuje komunikację sprzedażową. | <ul style="list-style-type: none"> – wskazuje różnice między klasycznym a nowoczesnym podejściem do sprzedaży. – wskazuje metody badania potrzeb klienta, – dobiera język komunikacji do stylu klienta, | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| Stosuje techniki prezentowania oferty i radzenia sobie z obiekcjami. | <ul style="list-style-type: none"> – selekcjonuje informacje niezbędne do personalizacji oferty. – wybiera język korzyści przy prezentowaniu produktu/usługi, – wskazuje najczęstsze typy obiekcji i sposoby reagowania, – analizuje przykładowe dialogi sprzedażowe pod kątem skuteczności. | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |
| Projektuje elementy strategii i budżetu sprzedażowego. | <ul style="list-style-type: none"> – określa cele sprzedażowe i mierniki sukcesu, – przypisuje działania do odpowiednich etapów strategii, – analizuje wpływ kosztów i ROI w budżetowaniu sprzedaży. | <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> |

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

Celem szkolenia jest rozwinięcie praktycznych umiejętności prowadzenia skutecznego procesu sprzedaży – od momentu pierwszego kontaktu z klientem aż do finalizacji transakcji. Uczestnicy poznają nowoczesne metody budowania relacji, rozpoznawania potrzeb klienta, prezentowania oferty w sposób angażujący oraz efektywnego zamykania sprzedaży. Ważnym elementem szkolenia jest również nauka tworzenia strategii sprzedażowej, planowania działań i opracowywania budżetu sprzedażowego. Szkolenie łączy wiedzę psychologiczną, techniki negocjacyjne oraz narzędzia wspierające proces sprzedaży w świecie online i offline. To inspirujący warsztat dla osób, które chcą nie tylko zwiększyć wyniki sprzedażowe, ale także zbudować trwałą, efektywną strategię sprzedażową dla swojego zespołu lub firmy.

Szkolenie ma charakter praktyczny – obejmuje warsztaty, symulacje rozmów sprzedażowych, analizę przypadków, prezentacje oraz dyskusje moderowane. Realizowane jest w formule stacjonarnej, online lub hybrydowej.

Dzień 1: Podstawy procesu sprzedażowego

Moduł 1 – Wprowadzenie do nowoczesnego procesu sprzedaży – zmiany w podejściu do klienta

- ewolucja podejścia sprzedażowego
- nowe oczekiwania klientów
- sprzedaż relacyjna i doradcza

Moduł 2 – Kluczowe etapy procesu sprzedażowego: od zapytania po decyzję zakupową (teoria)

- fazy sprzedaży i działania w każdej z nich
- narzędzia wspierające poszczególne etapy
- analiza przypadków

Moduł 3 – Analiza potrzeb klienta i dopasowanie komunikacji (praktyka)

- techniki zadawania pytań i aktywnego słuchania
- segmentacja klientów wg potrzeb
- ćwiczenia z identyfikacji motywacji zakupowych

Dzień 2: Budowanie relacji i finalizacja transakcji

Moduł 4 – Budowanie zaufania i relacji – jak zdobyć uwagę i sympatię klienta (praktyka)

- zasady komunikacji w sprzedaży
- empatia i zaufanie jako fundament relacji
- symulacje pierwszego kontaktu

Moduł 5 – Prezentacja oferty – jak mówić językiem korzyści i emocji (praktyka)

- struktura oferty doradczej
- język wartości i wyzwalaczy emocjonalnych
- ćwiczenia z prezentacji

Moduł 6 – Zarządzanie obiekcjami i wątpliwościami klienta (praktyka)

- typowe obiekcje i sposoby ich neutralizacji
- techniki opanowywania trudnych reakcji
- odgrywanie scenek

Dzień 3: Strategia, narzędzia i walidacja efektów

Moduł 7 – Techniki zamykania sprzedaży – jak przeprowadzić klienta do decyzji (praktyka)

- wyczucie momentu na zamknięcie
- formuły finalizowania sprzedaży
- ćwiczenia z zamykania

Moduł 8 – Follow-up i utrzymanie kontaktu po sprzedaży (teoria)

- budowanie lojalności i retencji
- scenariusze komunikacji po zakupie
- CRM i automatyzacja relacji

Moduł 9 – Tworzenie strategii sprzedażowej – jak planować cele, działania i mierniki sukcesu

- elementy strategii
- cele SMART i mierniki (KPI)
- cykliczna analiza działań

Moduł 10 – Budżet sprzedażowy – planowanie przychodów, kosztów i ROI

- kalkulacja celów i kosztów
- narzędzia do planowania ROI
- przykładowe arkusze budżetowe

Walidacja efektów szkolenia | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

- *Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w grupach do 6 osób*
- *Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.*
- *Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.*
- *Usługa realizowana jest w 20 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).*
- *Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.*
- *Zajęcia praktyczne: 12 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 8 godzin dydaktycznych*
- *Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.*
- *Termin szkolenia: Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny i może ulec zmianie. Po zebraniu minimalnej liczby uczestników termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb grupy.*

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 17 Dzień 1. Moduł 1. Wprowadzenie do nowoczesnego procesu sprzedaży – zmiany w podejściu do klienta (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 19-05-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 |
| 2 z 17 Dzień 1. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 19-05-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 |
| 3 z 17 Dzień 1. Moduł 2. Kluczowe etapy procesu sprzedażowego: od zapytania po decyzję zakupową (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 19-05-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 |
| 4 z 17 Dzień 1. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 19-05-2026 | 12:15 | 12:30 | 00:15 |
| 5 z 17 Dzień 1. Moduł 3. Analiza potrzeb klienta i dopasowanie komunikacji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 19-05-2026 | 12:30 | 14:30 | 02:00 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 6 z 17 Dzień 2. Moduł 4. Budowanie zaufania i relacji – jak zdobyć uwagę i sympatię klienta (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 20-05-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 |
| 7 z 17 Dzień 2. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 20-05-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 |
| 8 z 17 Dzień 2. Moduł 5. Prezentacja oferty – jak mówić językiem korzyści i emocji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 20-05-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 |
| 9 z 17 Dzień 2. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 20-05-2026 | 12:15 | 12:30 | 00:15 |
| 10 z 17 Dzień 2. Moduł 6. Zarządzanie obiekcjami i wątpliwościami klienta (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 20-05-2026 | 12:30 | 14:30 | 02:00 |
| 11 z 17 Dzień 3. Moduł 7. Techniki zamykania sprzedaży – jak przeprowadzić klienta do decyzji (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 09:00 | 10:30 | 01:30 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 12 z 17 Dzień 3. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 10:30 | 10:45 | 00:15 |
| 13 z 17 Dzień 3. Moduł 8. Follow-up i utrzymanie kontaktu po sprzedaży (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 10:45 | 12:15 | 01:30 |
| 14 z 17 Dzień 3. Przerwa | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 12:15 | 12:30 | 00:15 |
| 15 z 17 Dzień 3. Moduł 9. Tworzenie strategii sprzedażowej – jak planować cele, działania i mierniki sukcesu (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 12:30 | 13:30 | 01:00 |
| 16 z 17 Dzień 3. Moduł 10. Budżet sprzedażowy – planowanie przychodów, kosztów i ROI (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 13:30 | 14:00 | 00:30 |
| 17 z 17 Dzień 3. Walidacja efektów szkolenia Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie | Agnieszka Slipczuk | 21-05-2026 | 14:00 | 14:30 | 00:30 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|---------------------------------------------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 3 500,00 PLN |
| Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT | |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto | 3 500,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto | 175,00 PLN |
| Koszt osobogodziny netto | 175,00 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Agnieszka Slipczuk

Ekspertka ds. strategii sprzedaży, komunikacji i rozwoju zespołów.

Od września 2025 roku prowadzi własną firmę doradcą, specjalizującą się w strategiach sprzedażowych, audytach oraz rozwoju zespołów handlowych. Łączy piętnastoletnie doświadczenie w branży sprzedaży korporacyjnej z ponad dwudziestoletnim doświadczeniem w pracy z klientami z branży hotelarskiej (Marriott International, Radisson, Puro) oraz wiedzę z zakresu kulturoznawstwa i nauk społecznych, tworząc skuteczne rozwiązania oparte na zrozumieniu ludzi i procesów.

Projektuje strategie zwiększające sprzedaż i skalujące biznes, standardy obsługi klienta budujące lojalność oraz prowadzi szkolenia z technik sprzedaży, negocjacji i relacji biznesowych, rozwoju w oparciu o Customer Experience, a także z optymalizacji budżetów i forecastów sprzedażowych. Znana jest z doskonałego stylu komunikacji opartego na empatii, autentyczności i perswazji, a także z umiejętnego wykorzystywania nowoczesnych narzędzi sprzedażowych i analitycznych w pracy z zespołami oraz partnerami biznesowymi.

Jako lider i ekspert w dziedzinie sprzedaży, inspirowa do poszukiwania innowacji, rozwijania kompetencji komunikacyjnych i tworzenia długofalowych, wartościowych relacji w środowisku biznesowym.

W ciągu ostatnich 5 lat zdobyła certyfikaty potwierdzające ukończenie kursu Social Media Manager (kod zawodu 243110) oraz Szkoły Wirtualnej Asysty (kod zawodu 411090).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje

- Materiały szkoleniowe
- Workbook do pracy własnej
- Checklista sprzedażowa
- Gotowe szablony (bio, kampania, captiony)

Warunki uczestnictwa

Podany termin szkolenia ma charakter orientacyjny. Po zapisie termin zostanie uzgodniony, aby jak najlepiej dopasować się do potrzeb uczestnika.

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, ale nie zapisałeś się na usługę, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji. Bez wstępnej informacji nie dajemy gwarancji miejsca na usłudze.

Informacje dodatkowe

Szkolenie może być prowadzone również w opcji stacjonarnej i może być dostosowane do konkretnej branży lub typu działalności (np. beauty, edukacja, turystyka, consulting).

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie § 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 (tekst jednolity: Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

Warunki techniczne

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771