



## 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  
 225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

425 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 20:00 h
- 📅 19.05.2026 do 22.05.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Sprzedaż
<b>Grupa docelowa usługi</b>	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.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	6
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	12-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	20
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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"> <li>– rozróżnia kluczowe fazy procesu sprzedażowego od zapytania do finalizacji,</li> <li>– identyfikuje cele i zadania przypisane do każdego etapu,</li> </ul>	<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"> <li>– wskazuje różnice między klasycznym a nowoczesnym podejściem do sprzedaży.</li> <li>– wskazuje metody badania potrzeb klienta,</li> <li>– dobiera język komunikacji do stylu klienta,</li> </ul>	<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"> <li>– selekcjonuje informacje niezbędne do personalizacji oferty.</li> <li>– wybiera język korzyści przy prezentowaniu produktu/usługi,</li> <li>– wskazuje najczęstsze typy obiekcji i sposoby reagowania,</li> <li>– analizuje przykładowe dialogi sprzedażowe pod kątem skuteczności.</li> </ul>	<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"> <li>– określa cele sprzedażowe i mierniki sukcesu,</li> <li>– przypisuje działania do odpowiednich etapów strategii,</li> <li>– analizuje wpływ kosztów i ROI w budżetowaniu sprzedaży.</li> </ul>	<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 pozycji harmonogramu: 17

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

Przedmiot / temat	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	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 17</b> Dzień 3. Przerwa	Agnieszka Slipczuk	21-05-2026	10:30	10:45	00:15
<b>13 z 17</b> 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
<b>14 z 17</b> Dzień 3. Przerwa	Agnieszka Slipczuk	21-05-2026	12:15	12:30	00:15
<b>15 z 17</b> 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
<b>16 z 17</b> 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
<b>17 z 17</b> 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
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	3 500,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	3 500,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	175,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	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](mailto:kontakt@unico.org.pl)

**Telefon** (+48) 724 787 771