

OTHER

OTHER MARKETING
Katarzyna Szpor

★★★★☆ 4,2 / 5

21 ocen

Szkolenie efektywna komunikacja z klientem i skuteczne techniki sprzedaży w segmencie B2B.

Numer usługi 2026/04/08/207830/3471189

📍 Bydgoszcz

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 22:00 h

📅 25.11.2026 do 26.11.2026

4 735,50 PLN brutto

3 850,00 PLN netto

215,25 PLN brutto/h

175,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane dla przedsiębiorstwa IDEA commerce S.A. Szkolenie adresowane jest do pracowników działu sprzedaży, którzy chcą podnieść swoje kompetencje związane z analizą potrzeb klientów, pracą na zapytaniach sprzedażowych (tzw. leadach) oraz efektywną sprzedażą usług SaaS w segmencie B2B. Szkolenie jest odpowiednie dla osób posiadających przynajmniej podstawową wiedzę oraz doświadczenie w sprzedaży i obsłudze klienta firmowego.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	24-11-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	22
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 uczestników do samodzielnej oceny szans sprzedażowych, prowadzenia efektywnych rozmów sprzedażowych oraz budowania relacji z klientami biznesowymi. Obejmuje analizę potrzeb klienta, efektywną obsługę zapytań sprzedażowych oraz dobór technik sprzedażowych zależnie od typu i osobowości klienta.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje etapy customer journey klienta biznesowego w sprzedaży usług SaaS oraz ich znaczenie dla procesu sprzedaży. Uczestnik rozróżnia sposoby pracy z zapytaniami sprzedażowymi w zależności od etapu kwalifikacji klienta wg Marketing Qualified Lead (MQL) i Sales Qualified Lead (SQL).	Opisuje etapy customer journey klienta B2B.	Test teoretyczny
	Wskazuje momenty kluczowe dla działań sprzedażowych.	Test teoretyczny
	Wskazuje kryteria kwalifikacji zapytania jako MQL lub SQL.	Test teoretyczny
	Wyjaśnia zasadność skierowania klienta do sprzedaży lub marketingu.	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje znaczenie unikalnej propozycji wartości (USP) oraz rolę decydenta po stronie klienta w procesie sprzedaży B2B.	Wyjaśnia rolę USP w rozmowie sprzedażowej.	Test teoretyczny
	Rozróżnia potrzeby właściciela firmy i pracownika jako odbiorców oferty.	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje zapytanie sprzedażowe oraz określa jego potencjał sprzedażowy.	Identyfikuje kluczowe informacje zawarte w zapytaniu.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Ocenia potencjał sprzedażowy klienta.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik rozpoczyna rozmowę sprzedażową z klientem biznesowym, dobierając sposób otwarcia i styl komunikacji do typu klienta według modelu DISC.	Stosuje adekwatny otwieracz rozmowy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje sposób komunikacji do typu klienta według modelu DISC.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik identyfikuje potrzeby klienta biznesowego oraz przygotowuje ofertę dopasowaną do jego oczekiwań.	Identyfikuje główne potrzeby klienta.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Formułuje propozycję oferty odpowiadającą tym potrzebom.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik reaguje na obiekcje klienta oraz prowadzi rozmowę sprzedażową do etapu decyzji zakupowej.	Identyfikuje obiekcje klienta.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje techniki sprzedażowe prowadzące do domknięcia sprzedaży.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje własne działania sprzedażowe w oparciu o zasady efektywnej sprzedaży i formułuje wnioski do dalszego rozwoju. Uczestnik komunikuje się w sposób asertywny.	Odnosi swoje działania do zasad efektywnej sprzedaży.	Wywiad swobodny
	Formułuje wnioski na podstawie analizy przypadków.	Wywiad swobodny
	Wyraża swoje stanowisko z poszanowaniem rozmówcy.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Reaguje na trudne sytuacje komunikacyjne w sposób adekwatny i spokojny.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje i kompetencje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego:

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego jakim jest przygotowanie uczestników do samodzielnej oceny szans sprzedażowych, prowadzenia efektywnych rozmów sprzedażowych oraz budowania relacji z klientami biznesowymi, uczestnicy powinni posiadać przynajmniej podstawową wiedzę i doświadczenie w sprzedaży.

Zakres tematyczny:

Dzień 1

I) Część teoretyczna: customer journey

- Customer journey w usługach SaaS

II) Część teoretyczna: zapytania sprzedażowe

- Pozyskanie leada

- Rozpoznanie leada

- Pierwszy kontakt i wstępna kwalifikacja MQL/SQL oraz rozpoznanie osobowości klienta według DISC

- Przygotowanie oferty i rozmowa dopasowana do klienta

- Sprzedaż (dla SQL) lub marketing (dla MQL)

III) Część teoretyczna: rozmowy sprzedażowe – część 1

- Rola unikalnej wartości produktu (USP) w procesie sprzedaży

- Sprzedaż do właściciela i sprzedaż do pracownika, kluczowe różnice spojrzeniu na ich potrzeby

- Otwieracz, czyli rozpoczęcie rozmowy z klientem, co mówić, a czego nie mówić.

- Szybka identyfikacja osobowości klienta i podstawowe zasady pracy z jego typem DISC.

III) Część teoretyczna: rozmowy sprzedażowe – część 2

- Rozpoznanie głównych potrzeb klienta w procesie sprzedaży

- Rozbrajanie kluczowych obiekcji klienta w procesie sprzedaży i szybkie domykanie sprzedaży.

- Psychologiczne techniki sprzedaży oraz ich dobór w rozmowie z klientem.

Dzień 2

IV) Część teoretyczna: dekalog efektywnej sprzedaży

V) Warsztat praktyczny: kwalifikacja i obróbka zapytania sprzedażowego

VI) Warsztat praktyczny: symulacja rozmów sprzedażowych z klientami, scenki sytuacyjne

VII) Warsztat praktyczny: analiza przypadków i omówienie

VIII) Walidacja: test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych, wywiad swobodny

Liczba godzin teorii: 11 godzin dydaktycznych

Liczba godzin praktyki: 11 godzin dydaktycznych

Warunki organizacyjne:

- Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych.
- Przerwy nie są wliczone w czas trwania szkolenia.
- Walidacja następuje na koniec szkolenia, metody walidacji: test teoretyczny, obserwacja w warunkach symulowanych, wywiad swobodny.
- Uczestnicy pracują podczas ćwiczeń w grupach 2-osobowych.
- Walidacja wlicza się w liczbę godzin szkolenia.
- Przerwy są realizowane na prośbę uczestników, i w przypadku realizacji usługi jest wydłużona o czas zrealizowanych przerw.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

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

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 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 w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 735,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 850,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	215,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	175,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

RAFAŁ WARECKI

Od 2023 roku do dzisiaj prowadzi szkolenia w zakresie sprzedaży i marketingu. Ma kwalifikacje i praktyczne, wieloletnie doświadczenie z tych obszarów, które zdobywał jako menedżer zarządzający sprzedażą oraz marketingiem w firmach specjalizujących się w B2B od 2016 do 2023 roku.

Osoba prowadząca ma odpowiednie kwalifikacje i doświadczenie zgodne z tematyką usługi zdobyte w ostatnich 5 latach przed publikacją karty usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Uczestnicy szkolenia otrzymują prezentację z częścią teoretyczną szkolenia w formie elektronicznej na koniec zajęć.
- Na życzenie osoby ze szczególnymi potrzebami organizator szkolenia zapewnia materiały spełniające warunek dostępności.

Informacje dodatkowe

- Data szkolenia może ulec zmianie ze względu na harmonogram dyżurów u pracodawcy.

Usługa będzie zwolniona z VAT, w przypadku gdy uczestnik posiada dofinansowanie na poziomie minimum 70%. zgodnie z art. 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dn. 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień

Adres

ul. Jana Karola Chodkiewicza 61
85-667 Bydgoszcz
woj. kujawsko-pomorskie

Kontakt



RAFAŁ WARECKI

E-mail warecki.r@gmail.com

Telefon (+48) 790 010 250