



## NeuroExperience Marketing – Projektowanie Decyzji Klienta i Doświadczeń, które Sprzedają Usługi - szkolenie

Numer usługi 2026/04/17/156609/3495392

5 200,00 PLN brutto  
5 200,00 PLN netto  
216,67 PLN brutto/h  
216,67 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

IT ENGINEERING &  
CONSULTING  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 456 ocen

📄 Usługa szkoleniowa  
📺 zdalna w czasie rzeczywistym  
🕒 24:00 h  
📅 23.06.2026 do 07.07.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie skierowane jest do osób świadczących usługi oraz budujących relacje z klientami, które chcą zwiększyć skuteczność swoich działań poprzez lepsze zrozumienie procesów decyzyjnych klientów.</p> <p>Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>właściciele firm usługowych</li> <li>osoby prowadzące działalność gospodarczą</li> <li>osoby odpowiedzialne za kontakt z klientem i sprzedaż usług</li> <li>osoby chcące rozwijać kompetencje w zakresie psychologii klienta i nowoczesnego marketingu</li> </ul> <p>Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą odejść od klasycznych metod sprzedaży i nauczyć się świadomie wpływać na decyzje klientów poprzez projektowanie doświadczeń i budowanie relacji.</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	22-06-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	24

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do projektowania procesów decyzyjnych klienta oraz doświadczeń usługowych w oparciu o mechanizmy neuropsychologiczne, umożliwiając zwiększenie skuteczności sprzedaży poprzez świadome kształtowanie percepcji wartości, zaufania i relacji z klientem.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą w zakresie wykorzystywania mechanizmów neuropsychologicznych	opisuje mechanizmy neuropsychologiczne wpływające na podejmowanie decyzji przez klientów.	Test teoretyczny
	omawia etapy procesu decyzyjnego klienta w usługach	Test teoretyczny
	charakteryzuje czynniki wpływające na postrzeganie wartości i ceny usługi	Test teoretyczny
	definiuje pojęcie doświadczenia klienta (Customer Experience) oraz jego znaczenie w procesie sprzedaży.	Test teoretyczny
	opisuje niewidzialne czynniki wpływające na decyzje klienta, takie jak emocje, środowisko i komunikacja niewerbalna	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje narzędzia neuropsychologiczne w marketingu	analizuje proces kontaktu z klientem i identyfikuje miejsca utraty klientów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje doświadczenie klienta w sposób wspierający podejmowanie decyzji zakupowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera komunikację i sposób prowadzenia rozmowy do etapu decyzji klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozpoznaje momenty zawahania klienta i odpowiednio na nie reaguje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje komunikaty oraz działania zwiększające postrzeganą wartość usługi.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje proces pracy z klientem prowadzący do zwiększenia liczby decyzji zakupowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje świadomość znaczenia relacji i zaufania w procesie podejmowania decyzji przez klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	stosuje podejście oparte na zrozumieniu potrzeb i emocji klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	podejmuje świadome i odpowiedzialne decyzje w zakresie komunikacji i pracy z klientem	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje otwartość na zmianę podejścia z perswazyjnego na relacyjne i doświadczeniow	Obserwacja w warunkach symulowanych

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

TAK

**Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie 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 wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

TAK

## Program

Szkolenie koncentruje się na zrozumieniu rzeczywistych mechanizmów podejmowania decyzji przez klientów oraz projektowaniu doświadczeń, które naturalnie prowadzą do wyboru usługi. Program łączy elementy neuromarketingu, psychologii decyzji oraz nowoczesnego podejścia do budowania doświadczenia klienta (Customer Experience).

Uczestnicy poznają, jak działa proces decyzyjny klienta na poziomie emocjonalnym i podświadomym, jakie czynniki wpływają na postrzeganie wartości oraz dlaczego tradycyjne metody sprzedaży często nie przynoszą oczekiwanych rezultatów. Szkolenie pokazuje, jak identyfikować tzw. niewidzialne momenty w kontakcie z klientem – miejsca, w których zapada decyzja o zakupie lub rezygnacji.

Istotnym elementem programu jest nauka projektowania doświadczenia klienta – od pierwszego kontaktu, przez przebieg usługi, aż po moment powrotu i rekomendacji. Uczestnicy uczą się, jak budować zaufanie, redukować opór decyzyjny oraz prowadzić klienta do decyzji w sposób naturalny, bez stosowania presji sprzedażowej.

Szkolenie ma charakter warsztatowy – uczestnicy analizują własne procesy pracy z klientem, identyfikują błędy oraz projektują rozwiązania dopasowane do swojej działalności. Efektem jest opracowanie indywidualnego modelu pracy z klientem, który zwiększa skuteczność działań i poprawia doświadczenie odbiorcy usługi.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników. Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia.

Szkolenie prowadzone przez obydwóch trenerów jednocześnie - brak możliwości wskazania w harmonogramie.

## Dzień 1 – Jak klient naprawdę podejmuje decyzje

### Moduł 1. Neuropsychologia decyzji klienta

- Jak działa mózg klienta w procesie wyboru
- Decyzje emocjonalne vs racjonalne
- Mechanizmy bezpieczeństwa, zaufania i komfortu
- Dlaczego klient „czuje”, że chce kupić

### Moduł 2. Ukryte mechanizmy wpływu (Invisible Marketing)

- Niewidzialne czynniki wpływające na decyzję
- Mikro-sygnały w kontakcie z klientem
- Różnica między komunikacją a odczuciem klienta
- Jak klient interpretuje zachowania i otoczenie

### Moduł 3. Punkty krytyczne w procesie klienta

- Moment pierwszego kontaktu
- Moment zawahania
- Moment decyzji
- Gdzie i dlaczego tracisz klienta

### Moduł 4. Neuropercepcja wartości i ceny

- Jak klient ocenia wartość usługi

- Efekt porównania i zakotwiczenia
- Dlaczego cena nie jest głównym czynnikiem
- Jak budować wartość bez tłumaczenia

## **Moduł 5. Środowisko decyzyjne klienta**

- Jak przestrzeń wpływa na decyzję
- Mikrodetale: światło, dźwięk, tempo pracy
- Pierwsze wrażenie jako decyzja zakupowa
- Tworzenie poczucia bezpieczeństwa i profesjonalizmu

## **Moduł 6. Warsztat – analiza własnego procesu klienta**

- Mapowanie ścieżki klienta
- Identyfikacja punktów oporu
- Analiza miejsc utraty klientów
- Wstępna optymalizacja

## **Dzień 2 – Projektowanie doświadczenia, które sprzedaje**

### **Moduł 7. Projektowanie doświadczenia klienta (Customer Experience PRO)**

- Tworzenie spójnego doświadczenia usługi
- Punkty „wow” vs punkty ryzyka
- Jak klient zapamiętuje usługę
- Projektowanie emocji klienta

### **Moduł 8. Komunikacja, która nie sprzedaje – a sprzedaje**

- Jak prowadzić rozmowę bez nacisku
- Mikro-komunikaty budujące decyzję
- Ton, tempo, pauza i język
- Naturalne prowadzenie klienta do decyzji

### **Moduł 9. Mechanizm decyzji „TAK”**

- Dlaczego klient mówi „muszę się zastanowić”
- Jak redukować opór bez argumentowania
- Mechanizm dopasowania („to jest dla mnie”)
- Domykanie sprzedaży bez sprzedaży

### **Moduł 10. Projektowanie lojalności i powrotów klientów**

- Jak powstaje przywiązanie klienta
- Efekt pamięci doświadczenia
- Mikrodziałania budujące powrót
- Jak klient staje się „stały”

### **Moduł 11. System rekomendacji bez proszenia**

- Dlaczego klienci polecają spontanicznie
- Co sprawia, że usługa jest „opowiadalna”
- Jak projektować doświadczenie warte polecenia
- Naturalne zwiększanie liczby klientów

### **Moduł 12. Warsztat końcowy – projekt systemu NeuroExperience**

- Projekt indywidualnego systemu pracy z klientem
- Eliminacja punktów oporu
- Wzmocnienie momentów decyzyjnych
- Plan wdrożenia

## Walidacja (15 min)

- Sprawdzenie wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie szkolenia.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 15</b> Moduł 1. Neuropsychologia decyzji klienta (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	08:30	10:00	01:30
<b>2 z 15</b> Moduł 2. Ukryte mechanizmy wpływu (Invisible Marketing) (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	11:00	12:30	01:30
<b>3 z 15</b> Moduł 3. Punkty krytyczne w procesie klienta (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	12:30	13:15	00:45
<b>4 z 15</b> przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	13:15	13:45	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 15</b> Moduł 4. Neuropercepcja wartości i ceny (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	13:45	14:30	00:45
<b>6 z 15</b> Moduł 5. Środowisko decyzyjne klienta (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	23-06-2026	14:30	16:00	01:30
<b>7 z 15</b> Moduł 6. Warsztat – analiza własnego procesu klienta (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	26-06-2026	09:00	11:15	02:15
<b>8 z 15</b> Moduł 7. Projektowanie doświadczenia klienta (Customer Experience PRO)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	08:15	10:30	02:15
<b>9 z 15</b> Moduł 8. Komunikacja, która nie sprzedaje – a sprzedaje (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	10:30	12:00	01:30
<b>10 z 15</b> Moduł 9. Mechanizm decyzji „TAK” (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>11 z 15</b> przerwa	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	12:30	13:00	00:30
<b>12 z 15</b> Moduł 10. Projektowanie lojalności i powrotów klientów (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	13:00	15:15	02:15
<b>13 z 15</b> Moduł 11. System rekomendacji bez proszenia (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	15:15	16:00	00:45
<b>14 z 15</b> Moduł 12. Warsztat końcowy – projekt systemu NeuroExperience (wykład, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu, ćwiczenia)	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	07-07-2026	16:00	17:15	01:15
<b>15 z 15</b> walidacja (test, chat, rozmowa, współdzielenie ekranu)	-	07-07-2026	17:15	17:30	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	5 200,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	

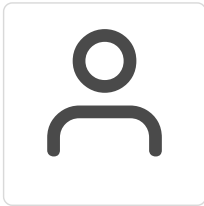
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto 5 200,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto 216,67 PLN

Koszt osobogodziny netto 216,67 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

### Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty, materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek mody i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współprace z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.



2 z 2

### Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Posiada kilkuletnie doświadczenie w doradztwie i szkoleniach z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Moje wykształcenie:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)
- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny
- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

## Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

## Warunki techniczne

**Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy Teams**

**W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:**

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

## Kontakt



**Marta Skraba**

**E-mail** [marta@it-ec.pl](mailto:marta@it-ec.pl)

**Telefon** (+89) 451 055 967