



Szkolenie "KLINIKA INNOWACYJNEJ SPRZEDAŻY SANDLERA®

Numer usługi 2026/05/03/26255/3531892

15 990,00 PLN brutto

13 000,00 PLN netto

188,12 PLN brutto/h

152,94 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Sandler Training
Polska Sp. z o.o.

★★★★★ 4,7 / 5

1 298 ocen

📍 Warszawa

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 85:00 h

📅 03.09.2026 do 01.12.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Dla Handlowców

Których codzienna praca opiera się na kontakcie z klientami, ale mają wrażenie, że utarte schematy przestają działać. Rynek zmienia się dynamicznie, a klienci coraz częściej unikają standardowych rozmów sprzedażowych. Szkolenie pomoże przełamać rutynę i podejść do sprzedaży w zupełnie nowy sposób.

Dla Menedżerów sprzedaży

Którzy zarządzają zespołem handlowców i wiedzą, jak trudne jest utrzymanie wysokiej motywacji, skuteczności i wyników w szybko zmieniającym się środowisku. Klinika Innowacyjnej Sprzedaży Sandlera pokaże, jak usprawnić procesy sprzedażowe i stworzyć zespół, który osiąga sukcesy na każdym etapie pracy z klientem.

Dla Właścicieli firm

Którzy wiedzą, jak kluczowa jest skuteczna sprzedaż. Jednak utrzymanie przewagi w obliczu rosnącej konkurencji i zmieniających się oczekiwań klientów może być wyzwaniem. Szkolenie pomoże zbudować strategię sprzedaży, która przełoży się na realne wyniki i rozwój firmy.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

14

Data zakończenia rekrutacji

21-08-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie prowadzi do rozwoju kompetencji w zakresie budowania relacji z Klientem w niestandardowy sposób, w oparciu o komunikację wprost, wywierania wpływu na innych ludzi bez przeciągania liny, a także wykorzystywania siedmiu etapów „nowego” systemu sprzedaży w rozmowie handlowej opartego na modelu Sandler Selling System®.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady Systemu Sprzedaży Sandlera	określa siedem etapów „nowego” systemu sprzedaży w rozmowie handlowej	Test teoretyczny
	wskazuje różnice w sposobach i technikach sprzedaży	Test teoretyczny
	charakteryzuje psychologiczne gry klientów w procesie współpracy	Test teoretyczny
Wskazuje najważniejsze pułapki i zagrożenia relacji handlowej	wskazuje techniki sprzedaży SSS	Test teoretyczny
Identyfikuje założenia narzędzia diagnostycznego Extended DISC.	definiuje kim jest jego klient w kontekście rozpoznania jego typu osobowości	Test teoretyczny
	charakteryzuje sztukę dostrojenia do klienta	Wywiad swobodny
	opisuje techniki parafrazy, klaryfikacji i parafrazy kierunkowej	Test teoretyczny
Skutecznie buduje relacje, eliminując utarte schematy.	wskazuje elementy techniki dowartościowania i odwartościowania	Test teoretyczny
Zadaje pytania w odpowiednim kierunku i we właściwym celu, aby utrzymywać kontrolę nad spotkaniem z klientem	stosuje „Historie z drugiej ręki	Wywiad swobodny
	wskazuje elementy „Techniki Wprost”	Test teoretyczny
	charakteryzuje taktyki zadawania pytań, a także związane z nimi trzy kierunki odwracania oraz „Techniki odraczania”	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wywiera wpływ na klienta, aby ten otwierał się na jego argumentację i stosował się do ustaleń odnoszących się do przebiegu spotkania	opisuje „Strategię Negatywnego Odwracania” „Prawo do NIE”,	Test teoretyczny
	wskazuje elementy kontraktowania ustaleń z klientami i zabezpieczanie uzgodnień.	Test teoretyczny
Wprowadza trójetapowy procesu kwalifikacji prospekta, aby ten stał się pełnoprawnym klientem	charakteryzuje ideę bólu jako najsilniejszego motywatora przy sprzedaży i zakupie nieruchomości	Test teoretyczny
	wyjaśnia strategię zadawania pytań podczas rozmowy	Test teoretyczny
Ocena i pozytywnie wykorzystuje techniki służące do weryfikacji budżetu, jaki klient kupujący przeznaczą na zakup nieruchomości, jak również do poznania oczekiwań sprzedającego przed rozpoczęciem procesu sprzedaży	wskazuje techniki zadawania pytań o budżet lub oczekiwania finansowe przy zakupie lub sprzedaży nieruchomości	Test teoretyczny
Inicjuje proces decyzyjny osób zaangażowanych w sprzedaż/zakup	identyfikuje proces decyzyjny m.in. poprzez odpowiednie zadawania pytań i kwalifikację bez narażenia na szwank relacji z rozmówcami	Test teoretyczny
	wskazuje rozwiązanie/ofertę jako „lekarstwo przeciwbólowe” dla klienta przy pomocy bólu tj. z wykorzystaniem technik „B-C Z-U”;	Test teoretyczny
	wskazuje elementy budowania własnego wizerunku w oparciu o tzw. „30-sekundową bolesną reklamę”.	Test teoretyczny
Prezentuje w odniesieniu do potrzeb oraz bólu klienta, a także zamyka sprzedaż		

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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Program usługi to w praktyce **czteromiesięczny trening sprzedażowy**, ułożony w proces, w którym pomiędzy sesjami przewidziane są odstępy, podczas których uczestnicy wykonywać będą zadania wdrożeniowe. Przez cały proces uczestnikom towarzyszyć będzie aplikacja Improver, która nie pozwoli zapomnieć o poruszanych zagadnieniach podczas sesji szkoleniowej. Będzie też wymuszać aktywności, które pozwolą uczestnikom trwale wdrożyć metodykę Sandlera do działań, zmienić nastawienie na trwałą zmianę postaw, umiejętności i nawyków sprzedażowych.

Program oparty jest na modelu „Sandler Selling System” (wdrażanych wyłącznie w autoryzowanych biurach Sandler Training na świecie)

RAMOWY PROGRAM USŁUGI:

- Złam schemat budowania relacji
- Kontraktowanie "up-front"
- Ból, budżet, decyzja, kwalifikacja Klienta
- Prezentacja

METODOLOGIA

Program oparty o metodykę Sandlera to nie jednorazowe szkolenie, nakierowane na rozwój punktowych umiejętności, ale kompleksowy system (proces) edukacyjny, którego rezultatem jest trwała zmiana w sposobie sprzedawania i podejścia do klienta (tzw. kulturze sprzedażowej).

Dzięki rozłożeniu całego procesu w czasie, zróżnicowanej metodologii, stałemu monitoringowi i permanentnemu wsparciu merytorycznemu, „nowa” wiedza sprzedażowa jest przez uczestników lepiej przyswajana i szybciej staje się częścią ich repertuaru zachowań.

Filozofia programów **SANDLER SELLING SYSTEM** opiera się na odejściu od metod proponowanych w tradycyjnych szkoleniach, w tym także od tradycyjnych etapów sprzedaży, i skierowaniu uwagi na wyzwania zakupowe klienta, jego gry psychologiczne i stosowanie niestandardowych mechanizmów wywierania wpływu. System Sandlera poddaje w wątpliwość dotychczasowe rozważania na temat:

- Co i jak powinien w rzeczywistości kontrolować sprzedawca w rozmowie z klientem?
- Jakie są etapy i zadania w kontakcie handlowym?
- Jakich technik i metod budowania relacji z klientem powinien używać handlowiec, a z czego powinien zrezygnować?
- Jak powinien postrzegać rolę swoją i klienta w relacji handlowej?
- Jak zbuduje osobisty komfort pracy?

Sala szkoleniowa z dostępem do światła dziennego i infrastruktury (toalety) oraz możliwością aranżacji stołów i krzeseł, z rzutnikiem multimedialnym i flipchartem.

Usługa jest realizowana w godzinach lekcyjnych. Przerwy: 60 min. sesję. Planowane godziny przerw: 10.30-10.45, 13.00-13.30, 15.30-15.45.

Liczba godzin w podziale na zajęcia praktyczne i teoretyczne: 50/50.

Sposób organizacji walidacji:

Walidacja zostanie przeprowadzana w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji w oparciu o cały materiał, który przedstawiony i przećwiczony został w czasie zajęć. Uczestnicy w toku poszczególnych zjazdów ćwiczą w praktyce poznane zagadnienia i techniki, a w utrwaleniu poznanego materiału pozwala aplikacja Improver, do której mają dostęp przez cały czas trwania projektu. Egzamin końcowy ma na celu weryfikację wiedzy i umiejętności ze wszystkich zjazdów. Ma on charakter pisemny i wymaga od uczestnika udzielenia odpowiedzi poprzez poprawne zastosowanie poznanych technik. W przypadku wątpliwości lub przy mało czytelnej formie odpowiedzi, uczestnik dostaje prawo wyjaśnienia ustnie co miał na myśli, aby upewnić się, że udzielona odpowiedź była prawidłowa.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 9

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 9 Wprowadzenie do modelu Sandlera i AI w sprzedaży	Maja Drexler	03-09-2026	09:00	17:00	08:00
2 z 9 Budowanie innowacyjnej relacji	Maja Drexler	04-09-2026	09:00	17:00	08:00
3 z 9 Strategia negatywnego odwracania i kontraktowanie	Maja Drexler	13-10-2026	09:00	17:00	08:00
4 z 9 Budowanie motywacji do zakupu	Maja Drexler	14-10-2026	09:00	17:00	08:00
5 z 9 Badanie gotowości klienta do zakupu	Maja Drexler	05-11-2026	09:00	17:00	08:00
6 z 9 Sztuka prezentacji	Maja Drexler	06-11-2026	09:00	17:00	08:00
7 z 9 Prospecting	Maja Drexler	30-11-2026	09:00	17:00	08:00
8 z 9 Warsztaty treningowe	Maja Drexler	01-12-2026	09:00	15:30	06:30
9 z 9 Walidacja	-	01-12-2026	15:30	17:00	01:30

Cennik

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

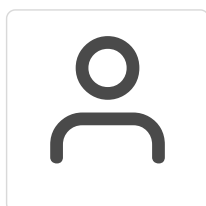
Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	15 990,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	13 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	188,12 PLN
Koszt osobogodziny netto	152,94 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Maja Drexler

Trener i konsultant sprzedaży, specjalizuje się w projektowaniu oraz wdrażaniu procesów sprzedaży B2B i Enterprise Selling. W swojej pracy łączy metodykę Sandlera z narzędziami Extended DISC® oraz FinxS® Sales Assessment.

Specjalizuje się w budowaniu skalowalnych lejków sprzedażowych, prowadzeniu rozmów discovery oraz projektowaniu strategii Go-to-Market, łączących perspektywę sprzedażową i marketingową i operacyjną z wykorzystaniem systemów CRM i narzędzi AI.

W Sandler Training Polska odpowiada za rozwój produktów szkoleniowych oraz adaptację globalnych rozwiązań do potrzeb rynku CEE. Jej doświadczenie obejmuje projekty rozwojowe realizowane dla firm z różnych branż, sprzedaż B2B, dziennikarstwo, działalność przedsiębiorczą oraz pracę dydaktyczną na uczelniach wyższych (UJ, UPJPII i UEK).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Materiały do samodzielnej, indywidualnej pracy między zajęciami nakierowaną na wdrożenie prowadzonych w trakcie sesji technik i elementów zarządzania. W trosce o jakość wdrożenia, uczestnicy otrzymają każdorazowo po sesji specjalne zadanie wdrożeniowe, które będzie monitorowane przez trenera prowadzącego.
- Podręcznik na licencji Sandler Training zawierający pełny materiał merytoryczny poruszany w trakcie szkoły oraz specjalnie opracowane materiały wspierające program (m.in. usprawniające indywidualną pracę wdrożeniową).
- Dostęp do **aplikacji mobilnej IMPROVER**, pełniącej funkcję "wirtualnego trenera/walidatora", który poprzez misje i quizy wyznacza zadania wdrożeniowe, waliduje i monitoruje wykorzystanie nowych umiejętności, a jednocześnie nagradza sukcesy i piętnuje zaniechania.

Adres

ul. Łopuszańska 95
02-457 Warszawa
woj. mazowieckie

Siedziba Sandler Training Polska, budynek A, II piętro (wejście jest przez recepcję w budynku B)

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MAŁGORZATA BOGUSŁAWSKA

E-mail malgorzata.boguslawska@sandler.com

Telefon (+48) 787 078 018