



Upselling i cross-selling usług dodatkowych w branży wynajmu apartamentów – szkolenie

Numer usługi 2026/05/27/161638/3590644

5 166,00 PLN brutto
4 200,00 PLN netto
215,25 PLN brutto/h
175,00 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

KORYCKI &
GRACZYK
CONSULTING
GROUP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

704 oceny

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Zajęcia grupowe
- 🕒 24:00 h
- 📅 13.07.2026 do 15.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Usługa jest skierowana do osób pracujących lub planujących pracę w branży wynajmu apartamentów, najmu krótkoterminowego, apartoteli, obiektów noclegowych, firm zarządzających apartamentami oraz podmiotów świadczących usługi obsługi gości.

W szczególności szkolenie jest przeznaczone dla pracowników recepcji, działów rezerwacji, działów obsługi klienta, opiekunów apartamentów, koordynatorów najmu, managerów obiektów, właścicieli apartamentów, osób odpowiedzialnych za guest experience, sprzedaż, marketing oraz komunikację z klientami.

Szkolenie może być również przydatne dla osób, które odpowiadają za tworzenie ofert pobytowych, projektowanie pakietów usług dodatkowych, komunikację z gośćmi poprzez portale rezerwacyjne, wiadomości e-mail, telefon, SMS, WhatsApp lub inne kanały kontaktu.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

10-07-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Upselling i cross-selling usług dodatkowych w branży wynajmu apartamentów – szkolenie” przygotowuje do skutecznego i etycznego zwiększania wartości rezerwacji poprzez rozwijanie umiejętności rozpoznawania potrzeb gości, dobierania usług dodatkowych, formułowania propozycji sprzedażowych oraz stosowania zasad transparentnej komunikacji z klientem.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik rozróżnia upselling, cross-selling, sprzedaż pakietową i rekomendację doradczą w kontekście wynajmu apartamentów.	Uczestnik wskazuje prawidłową definicję upsellingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje prawidłową definicję cross-sellingu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje różnice między upsellingiem, cross-sellingiem i sprzedażą pakietową	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik charakteryzuje potrzeby różnych grup klientów korzystających z wynajmu apartamentów	Uczestnik wskazuje potrzeby gościa biznesowego, rodziny z dziećmi, pary, turysty zagranicznego oraz gościa długoterminowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje, jak cel pobytu wpływa na dobór usług dodatkowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik identyfikuje znaczenie długości pobytu, godziny przyjazdu, sposobu podróży i liczby osób dla procesu sprzedaży dodatkowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik przyporządkowuje przykładowe potrzeby do odpowiednich profili klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik wskazuje usługi dodatkowe możliwe do zastosowania w branży wynajmu apartamentów</p>	<p>Uczestnik identyfikuje przykłady usług logistycznych, komfortowych, rodzinnych, biznesowych, lokalnych, partnerskich i premium</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje, które usługi dodatkowe mogą zwiększać wartość rezerwacji</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje, które usługi dodatkowe są adekwatne do określonego profilu gościa</p> <p>Uczestnik rozpoznaje podstawowe czynniki wpływające na możliwość wdrożenia usługi dodatkowej, takie jak koszt, dostępność, marża, zasoby i organizacja pracy</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik identyfikuje etapy ścieżki klienta, na których można proponować usługi dodatkowe</p>	<p>Uczestnik wskazuje etapy ścieżki klienta od zapytania i rezerwacji do pobytu, wymeldowania oraz kontaktu posprzedażowego.</p>
<p>Uczestnik rozpoznaje, które usługi dodatkowe można proponować przed przyjazdem, w trakcie pobytu oraz przed wyjazdem.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik wskazuje właściwy moment kontaktu z klientem dla określonej propozycji sprzedażowej.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik identyfikuje sytuacje, w których nadmierna liczba komunikatów sprzedażowych może negatywnie wpłynąć na doświadczenie gościa.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozpoznaje zasady diagnozowania potrzeb gościa przed zaproponowaniem usługi dodatkowej.</p>	<p>Uczestnik wskazuje pytania diagnostyczne dotyczące godziny przyjazdu, sposobu transportu, celu pobytu, liczby osób oraz oczekiwanego komfortu.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje różnicę między pytaniem diagnostycznym a nachalnym pytaniem sprzedażowym.</p> <p>Uczestnik wskazuje informacje potrzebne do dobrania usługi dodatkowej do sytuacji klienta.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p> <p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje prawidłową kolejność rozmowy: diagnoza sytuacji, nazwanie potrzeby, przedstawienie propozycji i ułatwienie decyzji klientowi.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje zasady stosowania języka korzyści w sprzedaży usług dodatkowych.</p>	<p>Uczestnik odróżnia język cech od języka korzyści.</p>
<p>Uczestnik wskazuje komunikaty sprzedażowe, które pokazują klientowi wygodę, oszczędność czasu, bezpieczeństwo, komfort lub lepsze doświadczenie pobytu.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik rozpoznaje komunikaty nienachalne, jasne i zgodne z profesjonalnym standardem obsługi.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik identyfikuje elementy prawidłowej propozycji sprzedażowej, takie jak nazwa usługi, korzyść, cena lub warunki realizacji oraz pytanie ułatwiające decyzję.</p>		<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozpoznaje sposoby reagowania na obiekcje i odmowę klienta.</p>	<p>Uczestnik identyfikuje najczęstsze obiekcje klientów dotyczące usług dodatkowych.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje prawidłowe odpowiedzi na obiekcje typu „za drogo”, „nie potrzebuję”, „zastanowię się” lub „czy to nie powinno być w cenie?”.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje komunikaty, które wyjaśniają wartość usługi bez wywierania presji na klienta.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje zachowania sprzyjające utrzymaniu pozytywnej relacji z gościem po odmowie zakupu usługi dodatkowej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik rozpoznaje zasady transparentnej i etycznej sprzedaży usług dodatkowych.</p>	<p>Uczestnik odróżnia opłatę obowiązkową od usługi opcjonalnej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje, jakie informacje powinny zostać przekazane klientowi przy proponowaniu usługi dodatkowej.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje praktyki niepożądane, takie jak ukryte koszty, automatyczne dodawanie płatnych usług, niejasne komunikaty, fałszywa pilność lub proponowanie usług niemożliwych do zapewnienia.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje znaczenie jasnego komunikowania ceny, zakresu usługi i warunków realizacji.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wskazuje podstawowe wskaźniki skuteczności upsellingu i cross-sellingu.	Uczestnik wskazuje znaczenie średniej wartości rezerwacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje znaczenie przychodu dodatkowego na jedną rezerwację.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje wskaźniki takie jak odsetek rezerwacji z usługą dodatkową, konwersja propozycji sprzedażowych i marża na usługach dodatkowych. Uczestnik identyfikuje wpływ sprzedaży dodatkowej na opinie gości, liczbę reklamacji i jakość doświadczenia klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Dzień 1 – 9:00–17:00

9:00–10:30 – Moduł 1. Wprowadzenie do upsellingu i cross-sellingu w wynajmie apartamentów.

- Omówienie pojęć upsellingu, cross-sellingu, sprzedaży pakietowej i rekomendacji doradczej w kontekście wynajmu apartamentów.

- Przedstawienie przykładów usług dodatkowych zwiększających wartość rezerwacji, takich jak wyższy standard apartamentu, wcześniejsze zameldowanie, późne wymeldowanie, transfer, parking lub pakiet powitalny.

10:30–10:45 – Przerwa.

10:45–12:15 – Moduł 2. Specyfika klienta w branży wynajmu apartamentów.

- Charakterystyka różnych grup gości, w tym gości biznesowych, rodzin z dziećmi, par, turystów zagranicznych, grup znajomych i gości długoterminowych.
- Analiza potrzeb klientów w zależności od celu pobytu, długości rezerwacji, godziny przyjazdu, sposobu podróży i oczekiwanego poziomu komfortu.

12:15–12:45 – Przerwa.

12:45–14:45 – Moduł 3. Katalog usług dodatkowych w branży apartamentowej.

- Omówienie kategorii usług dodatkowych, takich jak usługi logistyczne, komfortowe, rodzinne, biznesowe, lokalne, partnerskie i premium.
- Dobór usług dodatkowych do profilu gościa oraz ocena ich potencjału sprzedażowego, operacyjnego i wizerunkowego.

14:45–15:15 – Przerwa.

15:15–17:00 – Moduł 4. Ścieżka klienta jako mapa okazji sprzedażowych.

- Omówienie etapów ścieżki klienta od zapytania i rezerwacji, przez komunikację przed przyjazdem i pobyt, aż po wymeldowanie oraz kontakt posprzedażowy.
- Identyfikacja momentów, w których można zaproponować usługi dodatkowe w sposób naturalny, nienachalny i dopasowany do sytuacji gościa.

Dzień 2 – 9:00–17:00

9:00–10:45 – Moduł 5. Diagnoza potrzeb gościa.

- Omówienie pytań diagnostycznych dotyczących godziny przyjazdu, sposobu transportu, celu pobytu, liczby osób, potrzeb rodzinnych, biznesowych i organizacyjnych.
- Dobór usługi dodatkowej do rozpoznanej potrzeby klienta z wykorzystaniem modelu: diagnoza sytuacji, nazwanie potrzeby, przedstawienie propozycji i ułatwienie decyzji.

10:45–11:00 – Przerwa.

11:00–13:00 – Moduł 6. Język korzyści w sprzedaży usług dodatkowych.

- Omówienie różnicy między językiem cech a językiem korzyści w komunikacji dotyczącej usług dodatkowych.
- Tworzenie krótkich, jasnych i nienachalnych propozycji sprzedażowych pokazujących klientowi wygodę, oszczędność czasu, bezpieczeństwo, komfort lub lepsze doświadczenie pobytu.

13:00–13:30 – Przerwa.

13:30–15:15 – Moduł 7. Obsługa obiekcji i odmowy klienta.

- Omówienie najczęstszych obiekcji klientów, takich jak „za drogo”, „nie potrzebuję”, „zastanowię się”, „czy to nie powinno być w cenie?” lub „w innym obiekcie było gratis”.
- Ćwiczenie odpowiedzi na obiekcje w sposób spokojny, profesjonalny, bez wywierania presji i z zachowaniem pozytywnej relacji z gościem.

15:15–15:45 – Przerwa.

15:45–17:00 – Moduł 8. Transparentność cenowa i etyczna sprzedaż usług dodatkowych.

- Omówienie zasad jasnego komunikowania ceny, zakresu usługi, warunków realizacji oraz różnicy między opłatami obowiązkowymi a usługami opcjonalnymi.
- Identyfikacja praktyk, których należy unikać, takich jak ukryte koszty, automatyczne dodawanie płatnych usług, niejasne komunikaty, fałszywa pilność lub proponowanie usług niemożliwych do zapewnienia.

Dzień 3 – 9:00–17:00

9:00–11:00 – Moduł 9. Projektowanie prostego systemu sprzedaży usług dodatkowych.

- Omówienie elementów systemu sprzedaży usług dodatkowych, w tym katalogu usług, cennika, zasad dostępności, odpowiedzialności zespołu i kanałów komunikacji.
- Projektowanie przykładowych pakietów i komunikatów sprzedażowych dopasowanych do różnych grup klientów oraz etapów ścieżki gościa.

11:00–11:30 – Przerwa.

11:30–13:30 – Moduł 10. Mierzenie skuteczności upsellingu i cross-sellingu.

- Omówienie podstawowych wskaźników skuteczności, takich jak średnia wartość rezerwacji, przychód dodatkowy na rezerwację, odsetek rezerwacji z usługą dodatkową i konwersja propozycji sprzedażowych.
- Analiza wpływu sprzedaży dodatkowej na opinie gości, liczbę reklamacji, jakość doświadczenia klienta oraz dalsze doskonalenie oferty.

13:30–13:45 – Przerwa.

13:45–15:20 – Moduł 11. Podsumowanie szkolenia.

- Uporządkowanie najważniejszych zagadnień dotyczących upsellingu, cross-sellingu, diagnozy potrzeb, języka korzyści, obsługi obiekcji i transparentnej komunikacji.
- Omówienie możliwych działań wdrożeniowych po zakończeniu szkolenia oraz przygotowanie uczestników do walidacji efektów uczenia się.

15:20–15:50 – Przerwa.

15:50–16:20 – Przygotowanie organizacyjne do walidacji, instrukcja wykonania testu, omówienie zasad technicznych i formalnych.

- Omówienie zasad technicznych i formalnych przystąpienia do testu teoretycznego.
- Przekazanie instrukcji dotyczącej sposobu udzielania odpowiedzi oraz generowania wyniku po zakończeniu testu.

16:20–17:00 – Walidacja: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.

- Weryfikacja wiedzy uczestników z zakresu upsellingu, cross-sellingu, segmentacji klientów, doboru usług dodatkowych, języka korzyści, obsługi obiekcji i zasad transparentnej sprzedaży.
- Automatyczne wygenerowanie wyniku testu po jego zakończeniu jako potwierdzenie walidacji efektów uczenia się.

1) Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych, tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut. Usługa trwa łącznie **24 godziny zegarowe**, w tym **11 godzin części teoretycznej**, **8 godzin 35 minut części praktycznej**, **3 godziny 45 minut przerw** oraz **40 minut walidacji efektów uczenia się**.

2) Przerwy są wliczane w czas trwania usługi zgodnie z zasadami obowiązującymi w BUR.

3) **Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.**

4) **Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym.**

5) **Cel edukacyjny:** Usługa „Upselling i cross-selling usług dodatkowych w branży wynajmu apartamentów – szkolenie” przygotowuje do skutecznego i etycznego zwiększania wartości rezerwacji poprzez rozwijanie umiejętności rozpoznawania potrzeb gości, dobierania usług dodatkowych, formułowania propozycji sprzedażowych oraz stosowania zasad transparentnej komunikacji z klientem.

6) **Warunki organizacyjne:** Szkolenie odbędzie się w formie zdalnej w czasie rzeczywistym na platformie komunikacyjnej Google Meet. Szkolenie przewidziane jest od dwóch do dwudziestu pięciu osób.

7) **Walidacja:** Walidacja efektów uczenia się zostanie przeprowadzona po zakończeniu części dydaktycznej szkolenia, w formie **testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie**.

Test zostanie udostępniony uczestnikom w systemie **Google Forms**. Uczestnik przystępuje do testu samodzielnie, zgodnie z instrukcją przekazaną przed rozpoczęciem walidacji. Test składa się z **pytań zamkniętych jednokrotnego wyboru**. Każde pytanie zawiera **cztery warianty odpowiedzi**, z których tylko jedna odpowiedź jest prawidłowa.

Zakres testu obejmuje wszystkie efekty uczenia się przewidziane dla usługi, w szczególności zagadnienia dotyczące: upsellingu, cross-sellingu, sprzedaży pakietowej, specyfiki klienta w branży wynajmu apartamentów, katalogu usług dodatkowych, ścieżki klienta, diagnozy potrzeb gościa, języka korzyści, obsługi obiekcji, transparentności cenowej, etycznej sprzedaży, projektowania prostego systemu sprzedaży usług dodatkowych oraz mierzenia skuteczności działań sprzedażowych.

Test weryfikuje, czy uczestnik potrafi rozpoznać prawidłowe definicje i zastosowania upsellingu oraz cross-sellingu, przyporządkować usługi dodatkowe do odpowiednich profili klientów, wskazać właściwe momenty proponowania usług na ścieżce gościa, dobrać pytania diagnostyczne do sytuacji klienta, rozpoznać komunikaty oparte na języku korzyści, wskazać właściwe sposoby reagowania na obiekcje oraz odróżnić praktyki transparentne i etyczne od praktyk niepożądanych.

Wynik testu zostaje wygenerowany automatycznie przez system Google Forms po zakończeniu testu. Za pozytywny wynik walidacji uznaje się uzyskanie przez uczestnika minimum **80% poprawnych odpowiedzi**. Osiągnięcie progu zdawalności oznacza potwierdzenie uzyskania efektów uczenia się określonych dla usługi.

W przypadku nieosiągnięcia wymaganego progu uczestnik nie uzyskuje pozytywnego wyniku walidacji. Wynik testu stanowi podstawę do potwierdzenia, czy uczestnik osiągnął zakładane efekty uczenia się w zakresie wiedzy objętej programem szkolenia.

8) Minimalne wymagania: Od uczestników nie jest wymagane wcześniejsze specjalistyczne przygotowanie sprzedażowe. Rekomendowane jest podstawowe doświadczenie w obsłudze klienta, sprzedaży, turystyce, hotelarstwie, wynajmie apartamentów lub zarządzaniu rezerwacjami.

Uczestnik powinien posiadać podstawową znajomość procesu rezerwacji i obsługi gościa albo gotowość do pracy na przykładach związanych z branżą zakwaterowania.

9) Grupa docelowa:

Usługa jest skierowana do osób pracujących lub planujących pracę w branży wynajmu apartamentów, najmu krótkoterminowego, apartoteli, obiektów noclegowych, firm zarządzających apartamentami oraz podmiotów świadczących usługi obsługi gości.

W szczególności szkolenie jest przeznaczone dla pracowników recepcji, działów rezerwacji, działów obsługi klienta, opiekunów apartamentów, koordynatorów najmu, managerów obiektów, właścicieli apartamentów, osób odpowiedzialnych za guest experience, sprzedaż, marketing oraz komunikację z klientami.

Szkolenie może być również przydatne dla osób, które odpowiadają za tworzenie ofert pobytowych, projektowanie pakietów usług dodatkowych, komunikację z gośćmi poprzez portale rezerwacyjne, wiadomości e-mail, telefon, SMS, WhatsApp lub inne kanały kontaktu.

10) Rejestracja obecności: Minimalna wymagana frekwencja wynosi 80%, chyba że – w przypadku szkolenia dofinansowanego – Operator środków publicznych określi wyższy próg w Regulaminie Projektu. Obecność uczestników zostanie potwierdzona zarówno na podstawie listy obecności wygenerowanej przez Google Meet w oparciu o logi uczestnictwa, jak i raportu logowania z narzędzia jakości.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 22

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Wprowadzenie do upsellingu i cross-sellingu w wynajmie apartamentów – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	13-07-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 22 -	Przerwa	-	13-07-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 22 Specyfika klienta w branży wynajmu apartamentów – rozmowa na żywo – T/P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	13-07-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 22 -	Przerwa	-	13-07-2026	12:15	12:45	00:30
5 z 22 Katalog usług dodatkowych w branży apartamentowej – współdzielenie ekranu – T/P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	13-07-2026	12:45	14:45	02:00
6 z 22 -	Przerwa	-	13-07-2026	14:45	15:15	00:30
7 z 22 Ścieżka klienta jako mapa okazji sprzedażowych – współdzielenie ekranu – T/P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	13-07-2026	15:15	17:00	01:45
8 z 22 Diagnostyka potrzeb gościa – ćwiczenia – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	14-07-2026	09:00	10:45	01:45
9 z 22 -	Przerwa	-	14-07-2026	10:45	11:00	00:15
10 z 22 Język korzyści w sprzedaży usług dodatkowych – ćwiczenia – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	14-07-2026	11:00	13:00	02:00
11 z 22 -	Przerwa	-	14-07-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 22 Obsługa obiekcji i odmowy klienta – rozmowa na żywo – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	14-07-2026	13:30	15:15	01:45
13 z 22 -	Przerwa	-	14-07-2026	15:15	15:45	00:30
14 z 22 Transparentność cenowa i etyczna sprzedaż usług dodatkowych – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	14-07-2026	15:45	17:00	01:15
15 z 22 Projektowanie prostego systemu sprzedaży usług dodatkowych – współdzielenie ekranu – P	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	15-07-2026	09:00	11:00	02:00
16 z 22 -	Przerwa	-	15-07-2026	11:00	11:30	00:30
17 z 22 Mierzenie skuteczności upsellingu i cross-sellingu – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	15-07-2026	11:30	13:30	02:00
18 z 22 -	Przerwa	-	15-07-2026	13:30	13:45	00:15
19 z 22 Podsumowanie szkolenia – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	15-07-2026	13:45	15:20	01:35
20 z 22 -	Przerwa	-	15-07-2026	15:20	15:50	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; font-size: 0.8em;">21 z 22</div> Przygotowanie organizacyjne do walidacji, instrukcja wykonania testu, omówienie zasad technicznych i formalnych – wideokonferencja – T	Zajęcia	MARTA SCHNEIDER	15-07-2026	15:50	16:20	00:30
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; font-size: 0.8em;">22 z 22</div> -	Walidacja	MARTA SCHNEIDER	15-07-2026	16:20	17:00	00:40

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	19:35
w tym suma godzin walidacji	00:40
w tym suma przerw	03:45
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	27:00

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70%, możesz mieć możliwość skorzystania ze zwolnienia z podatku VAT, pod warunkiem spełnienia pozostałych wymogów, o których mowa w § 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

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 166,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 200,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto 215,25 PLN

Koszt osobogodziny netto 175,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi 24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

MARTA SCHNEIDER

Marta Schneider – trenerka kompetencji miękkich, obsługi klienta i sprzedaży, specjalizująca się w rozwijaniu umiejętności komunikacyjnych, relacyjnych oraz menedżerskich. W ciągu ostatnich pięciu lat przeprowadziła ponad 1500 godzin szkoleń, w tym ponad 300 godzin szkoleń z zakresu sprzedaży, profesjonalnej obsługi klienta, komunikacji z klientem oraz budowania pozytywnego doświadczenia odbiorcy usług.

W swojej pracy szkoleniowej koncentruje się na praktycznych aspektach kontaktu z klientem: diagnozowaniu potrzeb, formułowaniu propozycji sprzedażowych, stosowaniu języka korzyści, reagowaniu na obiekcje oraz prowadzeniu komunikacji w sposób profesjonalny, etyczny i nienachalny. Jej doświadczenie obejmuje również szkolenia dotyczące budowania relacji z klientem, jakości obsługi, wzmacniania standardów komunikacyjnych oraz zwiększania skuteczności działań sprzedażowych w usługach.

Przez ostatnie 5 lat Marta Schneider zarządzała zespołami projektowymi oraz doradzała właścicielom firm w zakresie optymalizacji procesów biznesowych, zwiększania efektywności operacyjnej, organizacji pracy zespołów i budowania kultury zaangażowania. Dzięki temu łączy perspektywę trenerską z praktycznym doświadczeniem biznesowym, pokazując uczestnikom, jak wykorzystywać narzędzia sprzedażowe i komunikacyjne w codziennej pracy z klientem.

Uprawnienia trenerskie:

- Trener kompetencji miękkich z elementami terapii skoncentrowanej na rozwiązaniach
- Trener-szkoleniowiec w nauczaniu dorosłych

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, umożliwiające utrwalenie wiedzy oraz wykorzystanie omawianych zagadnień w praktyce zawodowej po zakończeniu szkolenia.

Materiały szkoleniowe będą obejmować:

1. **Prezentację szkoleniową** zawierającą najważniejsze pojęcia, modele, przykłady i zasady dotyczące upsellingu oraz cross-sellingu usług dodatkowych w branży wynajmu apartamentów.
2. **Skrypt szkoleniowy dla uczestnika** z podsumowaniem treści omawianych podczas szkolenia, w tym definicjami, przykładami usług dodatkowych, opisem ścieżki klienta, zasadami diagnozowania potrzeb i komunikacji sprzedażowej.

Warunki uczestnictwa

Od uczestników nie jest wymagane wcześniejsze specjalistyczne przygotowanie sprzedażowe. Rekomendowane jest podstawowe doświadczenie w obsłudze klienta, sprzedaży, turystyce, hotelarstwie, wynajmie apartamentów lub zarządzaniu rezerwacjami.

Uczestnik powinien posiadać podstawową znajomość procesu rezerwacji i obsługi gościa albo gotowość do pracy na przykładach związanych z branżą zakwaterowania.

Informacje dodatkowe

Jeśli usługa będzie finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych, będzie korzystać ze zwolnienia od 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 (t.j. Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

Warunki techniczne

1. **Platforma komunikacyjna** – Google Meet.

2. **Wymagania sprzętowe:**

- komputer z aktualnym systemem (Windows 10 lub nowszy / macOS 12 lub nowszy / aktualna dystrybucja Linux),
- aktualna przeglądarka (Chrome/Edge/Firefox/Safari – co najmniej dwie ostatnie wersje),
- stabilne łącze internetowe o przepustowości min. 10 Mb/s (pobieranie) i 2 Mb/s (wysyłanie),
- sprawna kamera komputerowa i mikrofon,
- sprawne słuchawki/ głośniki.

1. **Okres ważności linku:** od godziny zegarowej przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny zegarowej po zakończeniu szkolenia w dniu ostatnim.

Kontakt



WOJCIECH GRACZYK

E-mail wojciech.graczyk@korycki-graczyk.pl

Telefon (+48) 698 291 420