



PATRINO SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

968 ocen

Zarządzanie kategorią: Skuteczne strategie i narzędzia analityczne. Szkolenie stacjonarne.

Numer usługi 2026/05/28/121919/3592775

📍 Ołtarzew

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 22.09.2026 do 23.09.2026

3 075,00 PLN brutto

2 500,00 PLN netto

192,19 PLN brutto/h

156,25 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do osoby pełniącej kluczowe role w zarządzaniu asortymentem, planowaniu półki oraz optymalizacji wyników sprzedażowych tj. właściciel/zarząd, kierownicy sklepów, zastępcy kierowników, kupcy, osoby odpowiedzialne za zarządzanie siecią sklepów.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	21-09-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
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

Uczestnik zgłębi definicje, zakres operacyjny oraz strategiczne znaczenie zarządzania kategorią w kontekście marketingu detalicznego. Opanuje techniki analizy potrzeb konsumenckich oraz metody oceny efektywności zarządzania kategorią, z zastosowaniem wskaźników KPI i narzędzi analitycznych stosowanych w marketingu. Zdobędzie także kompetencje do projektowania i implementacji zintegrowanych strategii zarządzania kategorią, precyzyjnie dostosowanych do celów strategicznych i operacyjnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje podstawowe pojęcia i strategię związane z zarządzaniem kategorią oraz rolę zarządzania kategorią w marketingu detalicznym.	Uczestnik poprawnie definiuje kluczowe pojęcia i strategię w zarządzaniu kategorią.	Test teoretyczny
	Wskazuje rolę i miejsce zarządzania kategorią w strukturze marketingu detalicznego.	Test teoretyczny
Dokonyuje analizy potrzeb klienta i oceny efektywności zarządzania kategorią przy użyciu wskaźników i metod analitycznych.	Uczestnik samodzielnie analizuje potrzeby klientów, stosując narzędzia analityczne.	Test teoretyczny
	Potrafi wybrać i uzasadnić odpowiednie wskaźniki KPI do oceny efektywności kategorii.	Test teoretyczny
	Uczestnik przygotowuje szczegółowy plan strategii zarządzania kategorią, uwzględniający specyfikę rynku oraz cele strategiczne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi przedstawić i uzasadnić swoją strategię oraz dostosować ją do różnych scenariuszy handlowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Posiada umiejętności pracy zespołowej, argumentuje swoje decyzje i skutecznie przedstawia je decydom.	Uczestnik aktywnie współpracuje w grupie podczas ćwiczeń praktycznych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Potrafi przedstawić swoje rekomendacje i uzasadnić wybory zarządcze przed grupą docelową.	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych (18+) pracujących lub planujących rozwój zawodowy w obszarze sprzedaży, trade marketingu i zarządzania kategorią, w szczególności:

- przedstawicieli handlowych,
- key account managerów,
- specjalistów ds. sprzedaży i trade marketingu,
- category managerów,
- osób analizujących dane sprzedażowe i KPI,
- menedżerów sprzedaży,
- właścicieli firm rozwijających kompetencje negocjacyjne i cyfrowe,
- osób zainteresowanych wykorzystaniem AI i narzędzi cyfrowych w sprzedaży.

Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej i obejmuje 16 godzin zegarowych (1 godzina = 60 minut), w tym:

- 6,5 godzin zajęć teoretycznych,
- 8 godzin zajęć praktycznych,
- 1,5 godziny przerwy
- 1 godzina walidacji efektów uczenia się.

Przerwy organizacyjne nie są wliczane do czasu trwania usługi rozwojowej i zostaną uwzględnione w harmonogramie szkolenia.

Szkolenie realizowane jest z wykorzystaniem aktywnych metod dydaktycznych, ukierunkowanych na praktyczne rozwijanie kompetencji uczestników. W trakcie zajęć stosowane będą:

- mini wykład,
- ćwiczenia praktyczne,
- analiza case study,
- symulacje negocjacji,
- warsztaty z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych i AI.

Walidacja prowadzona jest na zakończenie szkolenia i obejmuje:

- test teoretyczny
- obserwacja w warunkach symulowanych

Dzień I

MODUŁ 1: Proces zarządzania kategorią w ujęciu marketingowym

- **Miejsce zarządzania kategorią w marketingu detalicznym:** Skupienie na potrzebach klienta.
- **Kompleksowe podejście do zarządzania kategorią:** Definicja, struktura, zakres działań.
- **Obszar wspólny zarządzania kategorią:** Producent, sieć, klient.
- **Elementy i proces zarządzania kategorią:** Etapy podejmowania decyzji zarządczych – strategia, analiza, wdrożenie i kontrola.
- **Instrumenty marketingowe:** Dobór produktów, zarządzanie cenami, merchandising, strategie wyróżniania produktów.
- **Perspektywa celów sklepu i producenta** w procesie zarządzania kategorią.

MODUŁ 2: Strategia firmy dla wybranej kategorii produktowej

- **Analizy i oceny stosowanych rozwiązań:** Identyfikacja przewag na rynku na podstawie preaudytu.
- **Analiza SWOT „6P” dla wybranej kategorii:** Ocena z perspektywy firmy, konkurencji i wiodących producentów.
- **Struktura kategorii:** Cele, zasady budowania asortymentu, kluczowe segmenty produktów.
- **Znaczenie motywów zakupowych klienta** w decyzjach produktowych.

Dzień II

MODUŁ 3: Budowanie struktury kategorii

- Ustalanie celów kategorii: Cele sprzedażowe, marżowe, udziałowe, rotacyjne, marketingowe.
- Określenie KPI: Wybór kluczowych wskaźników oceny efektów zarządzania kategorią.

MODUŁ 4: Analizy i ocena efektywności kategorii

- Dostępne analizy rynkowe: Badania jakościowe (customer journey, segmentacja klientów) i ilościowe (udziały w kategorii, średnia cena, analiza konkurencji).
- Analizy wewnętrzne: Macierz udziału i marży w kategorii, sprzedaż, analiza ABC, sprzedaż na m², analiza trendów i komplementarności.

MODUŁ 5: Role i strategię w kategorii

- Rodzaje ról kategorii: Budująca ruch, standardowa, marżowa.
- Znaczenie strategii kategorii: Przyciąganie klienta, zwiększenie wartości koszyka, zwiększenie rentowności.
- Role i strategię vs. wielokanałowość sprzedaży.

MODUŁ 6: Prezentacja rozwiązań zastosowanych dla kategorii

- Omówienie struktury kategorii produktowej i wybór SKU.
- Identyfikacja zagrożeń wdrożenia zarządzania kategorią.
- Instrumenty marketingowe i dalsze decyzje rozwijające kategorię.
- Budowanie argumentacji dla decydentów w zarządzaniu kategorią.

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

- Test teoretyczny
- Obserwacja w warunkach symulowanych

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Wstęp. Plan szkolenia. Omówienie celów i oczekiwań.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 19 MODUŁ 1: Miejsce zarządzania kategorią w marketingu detalicznym. o Kompleksowe podejście do zarządzania kategorią.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 19 MODUŁ 1. Obszar wspólny zarządzania kategorią: Producent, sieć, klient.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	10:30	11:15	00:45
4 z 19 -	Przerwa	-	22-09-2026	11:15	11:30	00:15
5 z 19 MODUŁ 1. Elementy i proces zarządzania kategorią: Etapy podejmowania decyzji zarządczych – strategia, analiza, wdrożenie i kontrola.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	11:30	12:30	01:00
6 z 19 MODUŁ 1. Instrumenty marketingowe . Perspektywa celów sklepu i producenta .	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	12:30	13:30	01:00
7 z 19 -	Przerwa	-	22-09-2026	13:30	14:00	00:30
8 z 19 MODUŁ 2. Analizy i oceny stosowanych rozwiązań.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	14:00	15:00	01:00
9 z 19 MODUŁ 2. Analiza SWOT „6P” dla wybranej kategorii.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	15:00	15:45	00:45
10 z 19 -	Przerwa	-	22-09-2026	15:45	16:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 19 MODUŁ 2. Struktura kategorii. Znaczenie motywów zakupowych klienta.	Zajęcia	Roman Szymczak	22-09-2026	16:00	17:00	01:00
12 z 19 MODUŁ 3: Budowanie struktury kategorii	Zajęcia	Roman Szymczak	23-09-2026	09:00	11:00	02:00
13 z 19 -	Przerwa	-	23-09-2026	11:00	11:15	00:15
14 z 19 MODUŁ 4: Analizy i ocena efektywności kategorii	Zajęcia	Roman Szymczak	23-09-2026	11:15	12:30	01:15
15 z 19 MODUŁ 5: Role i strategię w kategorii	Zajęcia	Roman Szymczak	23-09-2026	12:30	13:30	01:00
16 z 19 -	Przerwa	-	23-09-2026	13:30	14:00	00:30
17 z 19 MODUŁ 6: Prezentacja rozwiązań zastosowanych dla kategorii	Zajęcia	Roman Szymczak	23-09-2026	14:00	15:45	01:45
18 z 19 -	Przerwa	-	23-09-2026	15:45	16:00	00:15
19 z 19 -	Walidacja	-	23-09-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

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 ze zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 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

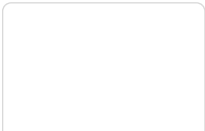
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 075,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	192,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,25 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Roman Szymczak



Ukończył Zarządzanie i Marketing na UMCS w Lublinie oraz studia MBA University of Illinois. Uczestnik studiów podyplomowych Master Class of Management – Psychologia Działania Menadżerskich SWPS w Warszawie. Piastował stanowiska menadżera w takich firmach jak: Makro Cash & Carry, Tradis, Kaufland. Zdobywał rynki krajowe i międzynarodowe jako Commercial Director w holenderskiej firmie zajmującej się dystrybucją narzędzi. Jako Prezes Zarządu zarządzał siecią sklepów detalu własnego i franczyzowego jednej z wiodących w Polsce spółek w branży FMCG - GK Specjał. Od wielu lat jest trenerem biznesu i ekspertem trade marketingu detalicznego. Prowadzi wiele projektów doradczych w obszarze trade marketingu: zmiany polityki cenowej, wprowadzenia produktów na rynek, organizacji powierzchni sprzedaży, tworzenia planogramów oraz sprzedaży koncepcji trade marketingowej. Rozwija zespoły sprzedaży i dział marketingu tworząc kompleksowe projekty szkoleniowo- doradcze. Jest wykładowcą na studiach podyplomowych oraz prelegentem wielu konferencji branżowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptów zostaną udostępnione dla uczestników podczas usługi oraz po jej realizacji.

Informacje dodatkowe

Szkolenie w głównej mierze oparte jest na ćwiczeniach indywidualnych, dyskusji, grach symulacyjnych, prezentacji przykładów, mini wykładach.

Szkolenie prowadzone jest w formie godzin zegarowych 1h= 60min

Zaświadczenie o ukończeniu usługi wydane zostanie uczestnikowi z min. 80% obecnością.

Usługa zwolniona jest z podatku VAT jeśli przedsiębiorca uzyskuje min. 70% dofinansowania ze środków publicznych*, w przeciwnym wypadku należy do ceny netto doliczyć 23% VAT. *Wg rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2018, poz. 701)

Adres

ul. Poznańska 492
05-850 Ołtarzew
woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Besaraba

E-mail magdalena.besaraba@patrino.pl

Telefon (+48) 797 454 584

