



PATRINO SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

881 ocen

Merchandising – organizacja powierzchni sprzedaży i budowanie ekspozycji. Szkolenie stacjonarne.

Numer usługi 2026/05/28/121919/3593028

- Rypin
- Usługa szkoleniowa
- stacjonarna
- Zajęcia indywidualne
- 16:00 h
- 20.10.2026 do 21.10.2026

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 osób pełniących kluczowe role w zarządzaniu asortymentem, planowaniu półki oraz optymalizacji wyników sprzedażowych tj. właściciel/zarząd, kierownicy sklepów, zastępcy kierowników, sprzedawcy pracujący bezpośrednio na Sali sprzedaży, przedstawiciele producenta.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	19-10-2026
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

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania i organizowania przestrzeni sprzedaży oraz tworzenia efektywnej ekspozycji produktów w celu zwiększania atrakcyjności oferty sklepu, przyciągania klientów oraz optymalizacji wyników sprzedażowych. Uczestnik po zakończeniu usługi będzie potrafił stosować zasady merchandisingu, świadomie zarządzać przestrzenią sklepową oraz wdrażać działania wspierające wzrost konwersji zakupowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnicy rozumieją podstawowe zasady oraz techniki merchandisingu.	Uczestnik poprawnie identyfikuje i opisuje kluczowe zasady merchandisingowe.	Test teoretyczny
Uczestnicy rozumieją, jak układ produktów wpływa na decyzje zakupowe konsumentów i potrafią wykorzystać zasady psychologii konsumenta do projektowania ekspozycji.	Uczestnik identyfikuje kluczowe czynniki wpływające na decyzje zakupowe (motywy zakupowe)	Test teoretyczny
Uczestnicy potrafią zaprojektować ekspozycję produktową dostosowaną do specyfiki sklepu i grupy docelowej.	Uczestnik przygotowuje plan ekspozycji i uzasadnia wybory aranżacyjne.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnicy potrafią zaprojektować przestrzeń, która prowadzi klienta wzdłuż zaplanowanej ścieżki, maksymalizując ekspozycję kluczowych produktów.	Uczestnik tworzy projekt układu przestrzeni zgodnie z założeniami ścieżki zakupowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnicy potrafią zorganizować przestrzeń sprzedażową w sposób maksymalizujący wygodę zakupową i efektywność sprzedaży.	Uczestnik dokonuje aranżacji przestrzeni w praktycznym ćwiczeniu (makieta magnetyczna), uwzględniając ergonomię, zasady merchandisingowe i cele sprzedażowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnicy potrafią pracować w grupie, uzasadniając swoje decyzje i proponując rozwiązania.	Uczestnik współpracuje aktywnie w zespole, prezentując swoje pomysły.	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 godziny 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

PROGRAM – 1 dzień

MODUŁ 1: MERCHANDISING – ZASADY ORGANIZACJI POWIERZCHNI – NOWOCZESNE LAYOUT-Y SKLEPÓW

- **Wprowadzenie do merchandisingu:**
 - Definicja i rola merchandisingu w różnych branżach.
 - Na czym polega efektywne zarządzanie dodatkowymi ekspozycjami.
- **100 czynników merchandisingowych:**
 - Prezentacja i omówienie kluczowych czynników wpływających na ekspozycje.
- **15 zasad organizacji powierzchni sklepu:**
 - **Zasady kategoryzacji produktów:** Praktyczne przykłady i rozwiązania z rynku różnych branż.
 - **Zasady organizacji stref sklepu:** Strefy gorące, zimne, strefa dekompresji.
 - **Zasady organizacji ruchu klienta:** Efekt trawnika, pułapki ciemności, wolne plecy.

MODUŁ 2: MERCHANDISING – ORGANIZACJA POWIERZCHNI SKLEPU – SZCZEGÓŁOWE ZASADY

- Analiza layoutów sklepowych i specyfiki różnych formatów sklepów.
- Budowanie systemów kategoryzacji produktów i organizacji regałów.
- Komplementarność produktów i poziomy regałów.

PROGRAM – 2 dzień

MODUŁ 3: ĆWICZENIE MAKIETA

- **Tworzenie makiet magnetycznych sklepu:**
 - Organizacja powierzchni sklepu uwzględniająca rozkład regałów, lokalizację promocji i dodatkowych ekspozycji.
 - Omówienie dobrych praktyk i nowych pomysłów.
 - Prezentacja innowacyjnych rozwiązań.

MODUŁ 4: MERCHANDISINGOWE ROZWIĄZANIA W ZARZĄDZANIU KATEGORIĄ – METODA WISE W BUDOWANIU PLANOGRAMÓW

- Zastosowanie metody WISE w tworzeniu skutecznych planogramów.
- Omówienie technik analitycznych w zarządzaniu kategorią.

MODUŁ 5: ĆWICZENIE BUDOWANIE PLANOGRAMÓW

- **Tworzenie planogramów kategorii:**
 - Analiza struktury kategorii, dane analityczne, taktyki merchandisingowe.
 - Omówienie dobrych praktyk i zaproponowanych pomysłów.
 - Prezentacja innowacyjnych rozwiązań dla przyszłych ekspozycji.

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ

- Test teoretyczny
- Obserwacja w warunkach symulowanych

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 MODUŁ 1: Wprowadzenie do merchandisingu.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	08:00	09:45	01:45
2 z 16 -	Przerwa	-	20-10-2026	09:45	10:00	00:15
3 z 16 MODUŁ 1. 100 czynników merchandisingowych.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	10:00	11:00	01:00
4 z 16 MODUŁ 1. 15 zasad organizacji powierzchni sklepu.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	11:00	12:30	01:30
5 z 16 -	Przerwa	-	20-10-2026	12:30	13:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 16 MODUŁ 2. Analiza layoutów sklepowych i specyfiki różnych formatów sklepów.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	13:00	13:45	00:45
7 z 16 MODUŁ 2. Budowanie systemów kategoryzacji produktów i organizacji regałów.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	13:45	14:45	01:00
8 z 16 -	Przerwa	-	20-10-2026	14:45	15:00	00:15
9 z 16 MODUŁ 2. Komplementarność produktów i poziomy regałów.	Zajęcia	Roman Szymczak	20-10-2026	15:00	16:00	01:00
10 z 16 MODUŁ 3. Tworzenie makiet magnetycznych sklepu	Zajęcia	Roman Szymczak	21-10-2026	08:00	10:15	02:15
11 z 16 -	Przerwa	-	21-10-2026	10:15	10:30	00:15
12 z 16 MODUŁ 4: MERCHANDISINGOWE ROZWIĄZANIA W ZARZĄDZANIU KATEGORIĄ	Zajęcia	Roman Szymczak	21-10-2026	10:30	12:30	02:00
13 z 16 -	Przerwa	-	21-10-2026	12:30	13:00	00:30
14 z 16 MODUŁ 5: ĆWICZENIE BUDOWANIE PLANOGRAMÓW	Zajęcia	Roman Szymczak	21-10-2026	13:00	14:45	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 16 -	Przerwa	-	21-10-2026	14:45	15:00	00:15
16 z 16 -	Walidacja	-	21-10-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:00
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 za 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 Działań Menadżerskich SWPS w Warszawie. Piastował stanowiska managera 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 działymarketingu 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

Metodyka szkolenia: Szkolenie w głównej mierze oparte jest na mini wykładach, prezentacji przykładów, dyskusji, które odbywają się pomiędzy blokami teoretycznymi.

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 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. Ogrodowa 17a

87-500 Rypin

woj. kujawsko-pomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Besaraba

E-mail magdalena.besaraba@patrino.pl

Telefon (+48) 797 454 584