



4GROW Sp. z o.o.

★★★★★ 4,7 / 5

86 ocen

Psychologia sprzedaży – techniki sprzedaży relacyjnej - szkolenie

Numer usługi 2026/06/03/140920/3606807

📍 Warszawa

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 29.10.2026 do 30.10.2026

1 790,00 PLN brutto

1 790,00 PLN netto

111,88 PLN brutto/h

111,88 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „**Psychologia sprzedaży – techniki sprzedaży relacyjnej**” skierowane jest do osób, które w swojej pracy odpowiadają za realizację procesów sprzedażowych oraz chcą rozwijać kompetencje w zakresie skutecznej komunikacji, budowania relacji i wywierania wpływu na decyzje klientów.

Grupę docelową stanowią w szczególności:

- pracownicy działów sprzedaży (B2B, B2C, sprzedaż telefoniczna i bezpośrednia)
- handlowcy i doradcy klienta, którzy chcą podnieść skuteczność swoich działań
- osoby rozpoczynające pracę w sprzedaży, które potrzebują uporządkowanej wiedzy i praktycznych narzędzi
- specjaliści pracujący z klientem, zainteresowani rozwijaniem kompetencji komunikacyjnych i relacyjnych
- osoby, których wyniki sprzedażowe wymagają poprawy lub stabilizacji
- osoby chcące rozwijać umiejętności domykania sprzedaży i pracy z obiekcjami klientów

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

10

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Cel szkolenia to przygotowanie uczestników do skutecznego prowadzenia procesów sprzedażowych poprzez rozwój kompetencji w zakresie komunikacji, budowania relacji z klientem oraz świadomego stosowania technik sprzedażowych i wywierania wpływu w praktyce zawodowej.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi rozmowę sprzedażową z klientem	rozpoczyna rozmowę handlową zgodnie z przyjętym schematem stosuje pytania otwarte i aktywne słuchanie w celu rozpoznania potrzeb klienta buduje relację i zaufanie poprzez adekwatną komunikację werbalną i niewerbalną	Wywiad ustrukturyzowany Obserwacja w warunkach symulowanych
Prezentuje ofertę sprzedażową dopasowaną do potrzeb klienta	formułuje ofertę z wykorzystaniem języka korzyści dopasowuje sposób komunikacji do typu klienta przedstawia propozycję wartości w sposób logiczny i spójny	Wywiad ustrukturyzowany Obserwacja w warunkach symulowanych
Reaguje na obiekcje klienta i finalizuje sprzedaż	identyfikuje obiekcje klienta i dobiera adekwatne techniki reakcji stosuje wybrane techniki wywierania wpływu w rozmowie sprzedażowej wykorzystuje techniki domykania sprzedaży w odpowiednim momencie procesu	Wywiad ustrukturyzowany 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Program szkolenia: Psychologia sprzedaży – techniki sprzedaży relacyjnej

1. Otwarcie sprzedaży – jak rozpocząć rozmowę i zbudować relację z klientem?

- Etapy rozpoczęcia rozmowy handlowej – sposoby przyciągania uwagi klienta i budowania zainteresowania
- Cold calling w praktyce – działania wspierające skuteczność i pewność siebie w sprzedaży telefonicznej
- Pierwsze wrażenie w sprzedaży – elementy profesjonalnego wizerunku handlowca
- Budowanie wiarygodności i zaufania w komunikacji z klientem
- Różnice między komunikacją sprzedażową a reklamową – dobór języka wpływającego na decyzje klienta

2. Skuteczna prezentacja oferty – jak komunikować wartość rozwiązania?

- Język korzyści w sprzedaży – rozróżnienie: cecha, zaleta, korzyść
- Przygotowanie propozycji wartości (Value Proposition)
- Dopasowanie zakresu informacji do klienta i etapu procesu sprzedaży
- Budowanie zaangażowania klienta i potrzeby podjęcia decyzji

Spotkanie z klientem (face to face):

- Wizerunek handlowca i spójność komunikacji
- Komunikacja werbalna i niewerbalna w kontakcie z klientem
- Interpretacja sygnałów niewerbalnych klienta i adekwatne reagowanie
- Tworzenie ofert handlowych w formie pisemnej
- Utrzymywanie zaangażowania klienta pomiędzy etapami procesu sprzedaży
- Model przygotowania prezentacji sprzedażowej (FAPROK™)

3. Psychologia osobowości w sprzedaży – dopasowanie komunikacji do klienta

- Różnice w stylach komunikacyjnych klientów i ich znaczenie w procesie sprzedaży
- Podstawy typologii osobowości (w oparciu o koncepcję C.G. Junga)
- Rozpoznawanie preferencji komunikacyjnych klientów
- Dopasowanie sposobu argumentacji i języka korzyści do typu klienta
- Budowanie relacji w zależności od stylu zachowania klienta
- Komunikacja w sytuacjach różnic i trudnych interakcji
- Zastosowanie „języka uniwersalnego” w sytuacji braku możliwości identyfikacji typu klienta

4. Psychologia perswazji w sprzedaży – techniki wywierania wpływu

- Zastosowanie wybranych reguł wpływu społecznego w procesie sprzedaży:
 - reguła wzajemności
 - reguła konsekwencji
 - społeczny dowód słuszności
 - reguła sympatii
 - reguła autorytetu
 - reguła niedostępności
- Możliwości i ograniczenia stosowania technik wpływu w sprzedaży

5. Obiekcje w sprzedaży – sposoby reagowania na zastrzeżenia klientów

- Rola obiekcji w procesie sprzedaży
- Schemat pracy z obiekcjami i prowadzenie rozmowy w sytuacji wątpliwości klienta
- Techniki reagowania na obiekcje:
 - sprostowanie bezpośrednie
 - sprostowanie pośrednie
 - kompensacja
 - bumerang
- Postępowanie w sytuacji próśb lub oczekiwań klienta niemożliwych do realizacji:
 - alternatywa
 - kontrast
 - prowokacja

6. Finalizacja sprzedaży i obsługa posprzedażowa

- Techniki finalizacji sprzedaży, m.in.:
 - metoda próby
 - metoda referencji
 - technika pośpiechu
 - technika małych kroków
 - zamknięcie przygotowujące
 - technika wyczerpanych wątpliwości
 - przyjmowanie za oczywiste
- Działania w obszarze obsługi posprzedażowej wspierające budowanie długofalowych relacji z klientem

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Otwarcie sprzedaży – jak zainteresować klienta, zbudować relację i rozpoznać jego potrzeby	Zajęcia	Piotr Drozdowski	29-10-2026	09:00	10:30	01:30
2 z 15 -	Przerwa	-	29-10-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 15 Skuteczna prezentacja oferty – jak pokazać realną wartość rozwiązania	Zajęcia	Piotr Drozdowski	29-10-2026	10:45	12:15	01:30
4 z 15 -	Przerwa	-	29-10-2026	12:15	13:00	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 15 Psychologia osobowości w sprzedaży – jak dopasować komunikację do klienta?	Zajęcia	Piotr Drozdowski	29-10-2026	13:00	14:45	01:45
6 z 15 -	Przerwa	-	29-10-2026	14:45	15:00	00:15
7 z 15 Psychologia perswazji – jak budować zaangażowanie na każdym etapie sprzedaży	Zajęcia	Piotr Drozdowski	29-10-2026	15:00	17:00	02:00
8 z 15 Praca z obiekcjami – jak reagować na zastrzeżenia klienta	Zajęcia	Piotr Drozdowski	30-10-2026	09:00	10:30	01:30
9 z 15 -	Przerwa	-	30-10-2026	10:30	10:45	00:15
10 z 15 Praca z obiekcjami – jak reagować na zastrzeżenia klienta (część warsztatowa)	Zajęcia	Piotr Drozdowski	30-10-2026	10:45	12:15	01:30
11 z 15 -	Przerwa	-	30-10-2026	12:15	13:00	00:45
12 z 15 Finalizacja sprzedaży i obsługa posprzedażowa – jak domknąć transakcję i zadbać o relację	Zajęcia	Piotr Drozdowski	30-10-2026	13:00	14:45	01:45
13 z 15 -	Przerwa	-	30-10-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 15 Finalizacja sprzedaży i obsługa posprzedażowa – jak domknąć transakcję i zadbać o relację (część warsztatowa)	Zajęcia	Piotr Drozdowski	30-10-2026	15:00	16:00	01:00
15 z 15 -	Walidacja	-	30-10-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	12:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 790,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 790,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	111,88 PLN
Koszt osobogodziny netto	111,88 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi

16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Piotr Drozdowski

Ponad 18 lat doświadczenia w projektowaniu i prowadzeniu szkoleń indywidualnych oraz grupowych, ze szczególnym uwzględnieniem negocjacji, sprzedaży i kompetencji interpersonalnych. Trener trenerów oraz ekspert w obszarze edukacji dorosłych – prowadził szkolenia z zakresu teorii i praktyki efektywnego uczenia się dla trenerów, nauczycieli i mentorów. Autor kilkudziesięciu programów szkoleniowych z obszaru sprzedaży, negocjacji i HR.

Wykładowca studiów podyplomowych Akademii Leona Koźmińskiego w Warszawie, gdzie dzieli się wiedzą z zakresu negocjacji, komunikacji i zarządzania relacjami biznesowymi.

Współpracował z międzynarodowymi firmami doradczo-szkoleniowymi przy projektowaniu i wdrażaniu programów rozwojowych dla wszystkich poziomów organizacji, m.in. w branżach IT, medycznej, produkcyjnej, finansowej, telekomunikacyjnej, FMCG i energetycznej, a także dla jednostek sektora publicznego.

Prowadził szkolenia dla pracowników wielu renomowanych organizacji, takich jak Auchan Retail Polska, TVN, PGE Polska Grupa Energetyczna, Enea, Nokia Poland, Orlen Gaz, Ceramika Tubądzin, Bank BPH, Nordea Bank, Sanitec Koło, Grupa Pracuj, Fresenius Medical Care, EGB Investments oraz wielu innych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują materiały szkoleniowe wspierające proces uczenia się, obejmujące:

- materiały dydaktyczne w formie drukowanej zawierające ćwiczenia oraz opis omawianych zagadnień,
- dostęp do materiałów szkoleniowych w formie elektronicznej (np. platforma online, prezentacje).

Materiały są powiązane z zakresem merytorycznym usługi i umożliwiają utrwalenie wiedzy oraz samodzielne wykorzystanie poznanych narzędzi w praktyce zawodowej po zakończeniu szkolenia.

Adres

al. Aleja "Solidarności" 155/37

00-877 Warszawa

woj. mazowieckie

Dojazd i parking

Komunikacja miejska

Najbliższy przystanek: Wola-Ratusz

tramwaje: 10, 13, 15, 20, 23, 26

autobusy: 190, 171, 157

Metro

Ratusz Arsenal – ok. 6 min komunikacją miejską

Rondo Daszyńskiego – ok. 10 min (komunikacja miejska + krótki spacer)

Rondo ONZ – ok. 8 min komunikacją miejską

Dworce kolejowe (ok. 12 min komunikacją miejską):

Warszawa Centralna

Warszawa Śródmieście WKD

Warszawa Ochota

Parking

W okolicy al. Solidarności dostępne są miejsca parkingowe w strefie miejskiej oraz parkingi prywatne.

Przykładowe lokalizacje:

parking Hotelu Ibis Warszawa Centrum (ok. 200 m od sali szkoleniowej)

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



WOJCIECH WALCZAK

E-mail wojciech.walczak@4grow.pl

Telefon (+48) 531 314 431