








MCAMP SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

**Skuteczna sprzedaż B2B w mikro/JDG,
małej i średniej firmie od podstaw. Proces
sprzedaży, pozyskiwanie klientów,
rozmowa handlowa, CRM, LinkedIn i AI w
praktyce. Kompetencje zielone i cyfrowe.**

Numer usługi 2026/06/03/200686/3607803

-  Usługa szkoleniowa
-  zdalna w czasie rzeczywistym
-  Zajęcia grupowe
-  20:10 h
-  15.09.2026 do 29.09.2026

4 100,00 PLN brutto
4 100,00 PLN netto
203,31 PLN brutto/h
203,31 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Usługa jest przeznaczona dla osób, które chcą rozwinąć praktyczne kompetencje sprzedaży B2B i uporządkować działania związane z pozyskiwaniem klientów biznesowych.

- właścicieli mikro, małych i średnich firm, którzy samodzielnie odpowiadają za sprzedaż i rozwój biznesu,
- handlowców B2B, specjalistów sprzedaży, account managerów i business development managerów,
- osób rozpoczynających pracę w sprzedaży B2B lub przechodzących ze sprzedaży B2C do sprzedaży biznesowej,
- konsultantów, doradców, trenerów, coachów, mentorów, freelancerów i ekspertów sprzedających usługi profesjonalne,
- menedżerów sprzedaży, którzy chcą uporządkować podstawy procesu sprzedażowego w zespole,
- przedsiębiorców, którzy chcą przejść od przypadkowych działań handlowych do bardziej świadomego i mierzalnego procesu sprzedaży,
- osób, które chcą wykorzystywać LinkedIn, CRM, komunikację online i narzędzia AI do wspierania działań sprzedażowych,
- osób zainteresowanych odpowiedzialną sprzedażą, komunikowaniem wartości

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

14-09-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest przygotowanie uczestników do samodzielnego prowadzenia podstawowego procesu sprzedaży B2B – od zrozumienia specyfiki klienta biznesowego, przez określenie grupy docelowej i propozycji wartości, po przygotowanie pierwszego kontaktu, prowadzenie rozmowy handlowej, diagnozę potrzeb, obsługę obiekcji, follow-up oraz planowanie dalszych działań sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje specyfikę sprzedaży B2B oraz etapy podstawowego procesu sprzedażowego.	Uczestnik wskazuje minimum 4 różnice między sprzedażą B2B a sprzedażą B2C.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik porządkuje podstawowe etapy procesu sprzedaży B2B: identyfikacja klienta, pierwszy kontakt, diagnoza potrzeb, prezentacja wartości, oferta, obsługa obiekcji, follow-up.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik rozpoznaje podstawowe role decyzyjne w procesie zakupowym B2B, takie jak użytkownik, decydent, rekomendujący, osoba wpływająca i osoba zatwierdzająca zakup.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik przygotowuje podstawową propozycję wartości oraz komunikat sprzedażowy dopasowany do klienta biznesowego.	Uczestnik identyfikuje minimum 3 problemy, potrzeby lub cele potencjalnego klienta B2B.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik odróżnia cechy produktu lub usługi od korzyści i rezultatów ważnych dla klienta biznesowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Uczestnik wskazuje elementy skutecznego komunikatu sprzedażowego: odbiorca, problem, wartość, dowód, wezwanie do działania.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik rozpoznaje i dobiera podstawowe narzędzia cyfrowe wspierające sprzedaż B2B.</p>	<p>Uczestnik wskazuje przykładowe zastosowania CRM, LinkedIn, poczty elektronicznej, narzędzi AI i komunikatorów online w procesie sprzedaży B2B.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje podstawowe dane sprzedażowe, które warto monitorować w procesie B2B, takie jak liczba kontaktów, liczba rozmów, liczba ofert, status szansy sprzedażowej i liczba follow-upów.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje zasady odpowiedzialnego korzystania z AI i narzędzi cyfrowych w sprzedaży, w tym ochronę danych, weryfikację treści i unikanie automatyzacji bez kontroli człowieka.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
<p>Uczestnik rozpoznaje znaczenie odpowiedzialnej sprzedaży, kompetencji przyszłości i zielonych kompetencji w relacji z klientem B2B.</p>	<p>Uczestnik wskazuje, w jaki sposób zrównoważony rozwój, odpowiedzialność środowiskowa i efektywność zasobowa mogą wpływać na decyzje zakupowe klientów B2B.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik rozpoznaje przykłady przeciwdziałania marnotrawstwu zasobów w działaniach sprzedażowych, np. ograniczenie zbędnych spotkań, lepsze przygotowanie rozmów, cyfrowy obieg dokumentów, celowe wykorzystanie narzędzi AI.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>
	<p>Uczestnik wskazuje zasady odpowiedzialnej komunikacji z klientem, w tym unikanie greenwashingu, precyzyjne formułowanie deklaracji oraz opieranie argumentów na faktach i danych.</p>	<p>Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie</p>

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie realizowane jest w formule 3 dni szkoleniowych, realizowanych co tydzień lub w innym ustalonym cyklu, np. we wtorki, środy albo czwartki.

Program obejmuje rozwój kompetencji sprzedażowych, komunikacyjnych, cyfrowych, kompetencji przyszłości oraz krótkiego modułu zielonych kompetencji.

Dzień 1 – Fundamenty skutecznej sprzedaży B2B i proces sprzedażowy

Wprowadzenie do szkolenia – 30 minut

- omówienie celu szkolenia,
- przedstawienie programu i efektów uczenia się,
- zasady pracy online,
- wprowadzenie do tematu sprzedaży B2B,
- krótka autodiagnoza doświadczeń uczestników w sprzedaży,
- omówienie sposobu walidacji efektów uczenia się.

Blok 1 – Czym jest skuteczna sprzedaż B2B? – 60 minut

- różnice między sprzedażą B2B a B2C,
- specyfika klienta biznesowego,
- dlaczego sprzedaż B2B wymaga procesu,
- sprzedaż wartości zamiast sprzedaży produktu,
- najczęstsze błędy początkujących sprzedawców B2B,
- czym różni się sprzedaż transakcyjna od sprzedaży konsultacyjnej.

Blok 2 – Klient B2B i jego proces decyzyjny – 60 minut

- kim jest klient biznesowy,
- role decyzyjne w organizacji,
- użytkownik, decydent, osoba wpływająca, zakupowiec, zarząd,
- jak klient analizuje ryzyko,
- dlaczego klient nie kupuje mimo zainteresowania,
- jak rozumieć proces zakupowy po stronie klienta.

Blok 3 – Etapy procesu sprzedaży B2B – 60 minut

- identyfikacja klienta,
- przygotowanie pierwszego kontaktu,
- nawiązanie rozmowy,

- diagnoza potrzeb,
- prezentacja wartości,
- oferta,
- obsługa obiekcji,
- follow-up,
- zamknięcie etapu lub przejście do kolejnego kroku.

Blok 4 – Idealny klient i segmentacja rynku – 60 minut

- czym jest ICP, czyli profil idealnego klienta,
- jak wybrać grupę docelową,
- podstawowe kryteria segmentacji B2B,
- branża, wielkość firmy, potrzeba, potencjał i gotowość zakupowa,
- jak unikać sprzedaży „do wszystkich”,
- jak określić priorytet klientów do kontaktu.

Blok 5 – Propozycja wartości, która wspiera sprzedaż – 60 minut

- cecha, zaleta, korzyść i rezultat,
- język klienta,
- problem klienta jako punkt wyjścia,
- jak pokazywać wartość biznesową,
- jak nie konkurować wyłącznie ceną,
- jak przygotować prosty komunikat wartości.

Blok 6 – Przygotowanie pierwszego kontaktu z klientem – 60 minut

- co sprawdzić przed kontaktem,
- jak przygotować hipotezę potrzeby klienta,
- jak wykorzystać LinkedIn i stronę internetową klienta,
- jak przygotować krótką wiadomość otwierającą,
- jak określić cel pierwszego kontaktu,
- jak zaplanować kolejny krok po kontakcie.

Dzień 2 – Rozmowa handlowa, diagnoza potrzeb, narzędzia cyfrowe i AI

Blok 7 – Struktura rozmowy handlowej B2B – 60 minut

- otwarcie rozmowy,
- ustalenie celu rozmowy,
- budowanie kontekstu,
- diagnoza sytuacji klienta,
- podsumowanie potrzeb,
- prezentacja wartości,
- ustalenie kolejnego kroku.

Blok 8 – Pytania diagnostyczne w sprzedaży B2B – 60 minut

- pytania sytuacyjne,
- pytania problemowe,
- pytania o konsekwencje,
- pytania o wartość zmiany,
- pytania o proces decyzyjny,
- pytania o kryteria wyboru,
- pytania o ryzyko braku decyzji.

Blok 9 – Aktywne słuchanie i rozumienie potrzeb klienta – 60 minut

- słuchanie faktów, emocji i interesów,
- parafraza i podsumowanie,
- jak rozpoznawać ukryte potrzeby,
- jak nie przechodzić zbyt szybko do oferty,
- jak budować zaufanie w rozmowie,
- jak wzmacniać poczucie bezpieczeństwa klienta.

Blok 10 – Obiekcje klienta jako informacja sprzedażowa – 60 minut

- czym są obiekcje,
- różnica między obiekcją a odmową,
- obiekcja ceny,
- obiekcja czasu,
- obiekcja potrzeby,
- obiekcja zaufania,
- jak odpowiadać bez presji i manipulacji,
- jak zamieniać obiekcje w informację o procesie decyzyjnym.

Blok 11 – CRM, LinkedIn i dane sprzedażowe w procesie B2B – 60 minut

- CRM jako narzędzie porządkowania sprzedaży,
- LinkedIn jako źródło informacji i relacji,
- e-mail i komunikatory w follow-upie,
- podstawowe dane sprzedażowe,
- jak monitorować szanse sprzedażowe,
- jak unikać chaosu w działaniach handlowych,
- jak budować prostą dyscyplinę sprzedażową.

Blok 12 – AI w przygotowaniu działań sprzedażowych – 60 minut

- wykorzystanie AI do analizy klienta,
- przygotowanie listy pytań do rozmowy,
- tworzenie wariantów wiadomości sprzedażowych,
- przygotowanie argumentacji wartości,
- tworzenie podsumowań rozmów i follow-upów,
- weryfikacja treści generowanych przez AI,
- zasady odpowiedzialnego korzystania z AI w sprzedaży B2B.

Dzień 3 – Plan sprzedaży, kompetencje przyszłości, odpowiedzialna sprzedaż i walidacja

Blok 13 – Plan działań sprzedażowych B2B – 60 minut

- jak zaplanować działania sprzedażowe na 30 dni,
- liczba kontaktów,
- liczba rozmów,
- liczba ofert,
- follow-up,
- priorytety działań,
- jak nie gubić szans sprzedażowych,
- jak łączyć działania bieżące z długofalowym budowaniem relacji.

Blok 14 – Kompetencje przyszłości w sprzedaży B2B – 60 minut

- myślenie krytyczne,
- komunikacja biznesowa,

- orientacja na klienta,
- praca z danymi,
- odporność na odmowę,
- adaptacyjność,
- odpowiedzialne korzystanie z technologii,
- umiejętność uczenia się i aktualizacji kompetencji.

Blok 15 – Etyczna i odpowiedzialna sprzedaż B2B – 60 minut

- sprzedaż bez manipulacji,
- granice wpływu w rozmowie handlowej,
- transparentność oferty,
- odpowiedzialna komunikacja wartości,
- zaufanie jako zasób długoterminowy,
- jak budować relacje zamiast jednorazowych transakcji,
- jak komunikować korzyści bez przesady i sztucznych obietnic.

Moduł zielonych kompetencji – 30 minut

Zielone kompetencje w sprzedaży B2B: odpowiedzialna komunikacja, zrównoważony rozwój i przeciwdziałanie marnotrawstwu zasobów

Zakres modułu:

- czym są zielone kompetencje w kontekście sprzedaży B2B,
- jak zrównoważony rozwój wpływa na decyzje klientów biznesowych,
- jak komunikować elementy odpowiedzialności środowiskowej bez greenwashingu,
- jak przeciwdziałać marnotrawstwu zasobów w procesie sprzedaży,
- jak ograniczać zbędne spotkania, niepotrzebny obieg dokumentów i chaotyczne działania handlowe,
- jak wykorzystywać cyfrowe dokumenty, spotkania online i AI w sposób celowy,
- jak uwzględniać odpowiedzialność środowiskową w propozycji wartości.

Zielone kompetencje ESCO do uwzględnienia:

- promować zrównoważony rozwój,
- doradzać w kwestii rozwiązań dotyczących zrównoważonego rozwoju,
- przeciwdziałać marnotrawstwu zasobów,
- ochrona środowiska naturalnego przed szkodami związanymi z technologiami cyfrowymi.

Walidacja – 60 minut

Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.

Zakres walidacji obejmuje:

- podstawy sprzedaży B2B,
- etapy procesu sprzedaży,
- role decyzyjne klienta biznesowego,
- propozycję wartości,
- rozmowę handlową,
- pytania diagnostyczne,
- obiekcje klienta,
- CRM, LinkedIn i AI w sprzedaży,
- odpowiedzialne korzystanie z narzędzi cyfrowych,
- kompetencje przyszłości,
- zielone kompetencje w sprzedaży B2B.

Kompetencje cyfrowe rozwijane podczas szkolenia

Uczestnik rozwija kompetencje cyfrowe związane z:

- wykorzystaniem CRM do porządkowania procesu sprzedaży,
- korzystaniem z LinkedIn jako narzędzia analizy klienta i budowania relacji,
- przygotowywaniem komunikacji sprzedażowej w kanałach cyfrowych,
- wykorzystywaniem AI do przygotowania rozmów, wiadomości i follow-upów,
- analizowaniem podstawowych danych sprzedażowych,
- odpowiedzialnym korzystaniem z narzędzi cyfrowych,
- ochroną informacji klienta,
- weryfikacją treści generowanych automatycznie.

Kompetencje przyszłości rozwijane podczas szkolenia

Szkolenie rozwija następujące kompetencje przyszłości:

- myślenie krytyczne,
- komunikacja biznesowa,
- orientacja na klienta,
- adaptacyjność,
- praca z danymi,
- samodzielność w planowaniu działań,
- odpowiedzialne korzystanie z technologii,
- umiejętność uczenia się i aktualizacji kompetencji,
- rozwiązywanie problemów,
- budowanie relacji w środowisku cyfrowym,
- odporność na odmowę i informację zwrotną,
- podejmowanie decyzji na podstawie danych.

Zielone kompetencje rozwijane podczas szkolenia

Szkolenie zawiera elementy zielonych kompetencji w zakresie:

- promowania zrównoważonego rozwoju,
- odpowiedzialnej komunikacji środowiskowej,
- przeciwdziałania marnotrawstwu zasobów,
- ograniczania zbędnych działań w procesie sprzedaży,
- świadomego korzystania z technologii cyfrowych,
- rozumienia wpływu technologii cyfrowych i AI na środowisko,
- unikania greenwashingu w komunikacji z klientem,
- wykorzystywania efektywności zasobowej jako elementu dojrzałości biznesowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Wprowadzenie do szkolenia	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	15-09-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 19 Blok 1 — Czym jest skuteczna sprzedaż B2B?	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	15-09-2026	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 19 -	Przerwa	-	15-09-2026	10:30	10:40	00:10
4 z 19 Blok 2 – Klient B2B i jego proces decyzyjny / Blok 3 – Etapy procesu sprzedaży B2B	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	15-09-2026	10:40	12:40	02:00
5 z 19 -	Przerwa	-	15-09-2026	12:40	13:25	00:45
6 z 19 Blok 4 – Idealny klient i segmentacja rynku / Blok 5 – Propozycja wartości, która wspiera sprzedaż	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	15-09-2026	13:25	15:25	02:00
7 z 19 -	Przerwa	-	15-09-2026	15:25	15:40	00:15
8 z 19 Blok 6 – Przygotowanie pierwszego kontaktu z klientem	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	15-09-2026	15:40	16:40	01:00
9 z 19 Blok 7 – Struktura rozmowy handlowej B2B / Blok 8 – Pytania diagnostyczne w sprzedaży B2B	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	22-09-2026	09:00	11:00	02:00
10 z 19 -	Przerwa	-	22-09-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 19 Blok 9 – Aktywne słuchanie i rozumienie potrzeb klienta / Blok 10 – Obiekcje klienta jako informacja sprzedażowa	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	22-09-2026	11:15	13:15	02:00
12 z 19 -	Przerwa	-	22-09-2026	13:15	14:00	00:45
13 z 19 Blok 11 – CRM, LinkedIn i dane sprzedażowe w procesie B2B / Blok 12 – AI w przygotowaniu u działań sprzedażowych	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	22-09-2026	14:00	16:00	02:00
14 z 19 Blok 13 – Plan działań sprzedażowych B2B / Blok 14 – Kompetencje przyszłości w sprzedaży B2B	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	29-09-2026	09:00	11:00	02:00
15 z 19 -	Przerwa	-	29-09-2026	11:00	11:15	00:15
16 z 19 Blok 15 – Etyczna i odpowiedzialna sprzedaż B2B	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	29-09-2026	11:15	12:15	01:00
17 z 19 -	Przerwa	-	29-09-2026	12:15	13:00	00:45
18 z 19 Zielone kompetencje w sprzedaży B2B	Zajęcia	SŁAWOMIR JANCZEWSKI	29-09-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 19 -	Walidacja	-	29-09-2026	13:30	14:30	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	20:10
w tym suma godzin zajęć	16:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:10
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	22:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 100,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	203,31 PLN
Koszt osobogodziny netto	203,31 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	20:10

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

SŁAWOMIR JANCZEWSKI

Sławomir Janczewski to praktyk biznesu, przedsiębiorca, mentor i konsultant z 29-letnim doświadczeniem zawodowym zdobywanym w Polsce oraz na rynkach europejskich. Przez blisko trzy dekady pracował w obszarach sprzedaży B2B, rozwoju biznesu, sprzedaży projektowej, konsultingu, nowych technologii, marketingu cyfrowego oraz budowania strategii wzrostu dla firm i profesjonalistów. Łączy doświadczenie menedżerskie i sprzedażowe z rozwijającym przygotowaniem psychologicznym, dzięki czemu prowadzone przez niego szkolenia mają charakter praktyczny, biznesowy i jednocześnie głęboko osadzony w rozumieniu człowieka, decyzji, motywacji oraz zmiany.

Jego główne obszary merytoryczne obejmują sprzedaż B2B, sprzedaż konsultacyjną, strategię sprzedaży, rozwój biznesu, przewidywalność przychodów, prospecting, social selling, budowanie propozycji wartości, komunikację z klientem, psychologię sprzedaży oraz wykorzystanie marketingu cyfrowego do generowania popytu i wzrostu sprzedaży. W pracy szkoleniowej koncentruje się na tym, aby uczestnicy nie tylko poznawali narzędzia, ale potrafili przełożyć je na codzienną praktykę: lepsze rozmowy z klientami, trafniejszą diagnozę potrzeb, skuteczniejsze działania handlowe, bardziej uporządkowany proces sprzedaży i większą przewidywalność wyników.

Sławomir Janczewski prowadzi także szkolenia z obszaru rozwoju zawodowego, rynku pracy, marki osobistej i zmiany kariery. Jest twórcą projektu "Zawodowy Restart po 40-tce" dla profesjonalistów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje po szkoleniu następujące materiały i pomoce szkoleniowe:

- a) opracowane materiały edukacyjne – skrypt szkoleniowy w wersji PDF,
- b) prezentację wykorzystywaną podczas szkolenia,
- c) zestaw ćwiczeń i kart pracy wspierających wdrożenie poznanych narzędzi,
- d) przykładową strukturę procesu sprzedaży B2B,
- e) szablon profilu idealnego klienta B2B,
- f) szablon propozycji wartości,
- g) przykładowe pytania diagnostyczne do rozmowy z klientem B2B,
- h) przykładową strukturę wiadomości otwierającej kontakt z klientem,
- i) przykładowe prompty AI wspierające przygotowanie do rozmowy sprzedażowej,
- j) listę rekomendowanych narzędzi cyfrowych wspierających sprzedaż B2B,
- k) zestaw pytań kontrolnych przygotowujących do walidacji.

Warunki uczestnictwa

1. Wymagany poziom obecności na zajęciach: minimum 80% czasu szkoleniowego.
2. Usługa realizowana jest w formule zdalnej w czasie rzeczywistym.
3. Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera, przeglądarki internetowej oraz poczty elektronicznej.
4. Uczestnik powinien mieć dostęp do stabilnego połączenia internetowego, kamery, mikrofonu oraz głośników lub słuchawek.
5. Zapisując się na usługę, uczestnik wyraża zgodę na rejestrowanie swojego wizerunku w celach dokumentacyjnych, rozliczeniowych i związanych z realizacją usługi.

Informacje dodatkowe

1. Uczestnik otrzyma link do szkolenia drogą mailową najpóźniej w przeddzień rozpoczęcia usługi.
2. Dane dostępowe do usługi zostaną opublikowane w karcie usługi nie później niż w przeddzień rozpoczęcia szkolenia.
3. Istnieje możliwość przygotowania szkolenia indywidualnie pod potrzeby uczestnika lub grupy. Organizator jest elastyczny w zakresie doboru tematyki oraz dogodnego terminu.
4. Pomoc techniczna w trakcie szkolenia dostępna jest pod numerem telefonu: 728 107 017.

Warunki techniczne

Minimalne wymagania techniczne:

- procesor 2-rdzeniowy 2 GHz lub lepszy; zalecany procesor 4-rdzeniowy,
- minimum 2 GB pamięci RAM; zalecane 4 GB lub więcej,
- system operacyjny Windows 8 lub nowszy; zalecany Windows 10 lub nowszy,
- Mac OS wersja 10.13 lub nowsza; zalecana najnowsza wersja systemu,
- przeglądarka internetowa Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari, zaktualizowana do najnowszej wersji,
- stałe łącze internetowe o prędkości minimum 1,5 Mbps; zalecane 2,5 Mbps lub więcej przy obrazie w jakości HD,
- kamera internetowa,
- mikrofon,
- głośniki lub słuchawki,
- aktywny adres e-mail umożliwiający odbiór linku do szkolenia i materiałów edukacyjnych.

Kontakt



SŁAWOMIR JANCZEWSKI

E-mail sjanczewski@gmail.com

Telefon (+48) 728 107 017