



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

457 ocen

Unico Marketing: Pozyskiwanie klientów B2B oraz indywidualnych i strategiczne budowanie wizerunku. Szkolenie indywidualne.

Numer usługi 2026/06/19/160223/3637571

📍 Gniezno

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 32:00 h

📅 03.08.2026 do 06.08.2026

7 134,00 PLN brutto

5 800,00 PLN netto

222,94 PLN brutto/h

181,25 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie „Pozyskiwanie klientów B2B oraz indywidualnych” jest dedykowane dla:

- **Przedsiębiorców i właścicieli firm**, którzy chcą efektywnie zwiększyć swoją bazę klientów zarówno w sektorze B2B, jak i wśród klientów indywidualnych.
- **Specjalistów ds. sprzedaży i marketingu**, poszukujących narzędzi oraz technik umożliwiających tworzenie skutecznych strategii sprzedażowych i marketingowych.
- **Managerów oraz liderów zespołów sprzedażowych**, odpowiedzialnych za planowanie i wdrażanie działań sprzedażowych oraz budowanie marki firmy.
- **Osób planujących rozpoczęcie działalności w sektorze sprzedaży lub marketingu**, które pragną zdobyć praktyczne umiejętności z zakresu strategii sprzedażowych i budowania wizerunku.

Grupa docelowa powinna posiadać podstawowe zrozumienie procesów biznesowych oraz chęć rozwijania swoich kompetencji w obszarze pozyskiwania klientów i zarządzania relacjami.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

02-08-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego tworzenia strategii pozyskiwania klientów w sektorze B2B i indywidualnym. Szkolenie prowadzi do zrozumienia procesów budowania marki osobistej i firmowej, zarządzania relacjami z klientami oraz projektowania strategii marketingowo-sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą dotyczącą pozyskiwania klientów B2B	charakteryzuje i identyfikuje grupy docelowe w sektorze B2B,	Wywiad ustrukturyzowany
	definiuje propozycje wartości dla klientów biznesowych,	Wywiad ustrukturyzowany
	stosuje narzędzia wspierające, takie jak CRM i narzędzia automatyzacji marketingu.	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
Tworzy i zarządza procesem sprzedaży	projektuje profile klientów i mapy decyzyjne,	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
	opracowuje wskaźniki KPI dla procesów sprzedażowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
	analizuje i wyciąga wnioski na podstawie case studies.	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny
Buduje efektywne strategie komunikacji z klientami indywidualnymi	dobiera odpowiednie kanały komunikacji	Wywiad ustrukturyzowany
	tworzy spersonalizowane komunikaty marketingowe oparte na storytellingu.	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje i wdraża strategie budowania marki	definiuje wartości i unikalne wyróżniki marki osobistej i firmowej	Wywiad ustrukturyzowany
	dokonuje audytu obecnego wizerunku i opracowuje plan ulepszeń	Obserwacja w warunkach symulowanych Wywiad swobodny

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 „Pozyskiwanie klientów B2B oraz indywidualnych” to kompleksowy program skierowany do osób i firm chcących zwiększyć swoją efektywność w zdobywaniu nowych klientów. Podczas czterech dni intensywnych warsztatów uczestnicy zdobędą praktyczne umiejętności w zakresie tworzenia strategii sprzedażowych, budowania marki oraz zarządzania relacjami z klientami. Szkolenie łączy teorię z praktyką, oferując ćwiczenia z projektowania procesów sprzedaży, storytellingu, negocjacji oraz audytu wizerunku.

Dzień 1: Strategiczne planowanie w pozyskiwaniu klientów B2B

Moduł 1 – Strategia pozyskiwania klientów B2B (teoria)

- tworzenie strategii pozyskiwania klientów B2B
- analiza rynku i identyfikacja grup docelowych
- definiowanie propozycji wartości
- omówienie narzędzi wspierających działania sprzedażowe i marketingowe
- planowanie etapów procesu pozyskiwania klientów

Moduł 2 – Profil klienta i proces decyzyjny w B2B (teoria)

- tworzenie profili klientów

- opracowanie mapy decyzyjnej
- budowanie person zakupowych
- rozpoznawanie potrzeb i oczekiwań klientów
- analiza czynników wpływających na decyzje zakupowe

Moduł 3 – Projektowanie procesu sprzedaży B2B (praktyka)

- projektowanie procesu sprzedaży od pierwszego kontaktu do podpisania umowy
- dobór działań do poszczególnych etapów procesu sprzedaży
- określanie KPI i sposobów mierzenia skuteczności działań
- analiza studiów przypadków dotyczących skutecznego pozyskiwania klientów
- opracowanie wniosków do własnego procesu sprzedażowego

Dzień 2: Pozyskiwanie klientów indywidualnych

Moduł 4 – Komunikacja i lejka sprzedażowy w pracy z klientem indywidualnym (teoria)

- kanały komunikacji z klientem indywidualnym
- dobór narzędzi marketingowych do specyfiki odbiorcy
- budowanie lejka sprzedażowego
- rola storytellingu i emocji w sprzedaży
- zasady tworzenia angażujących komunikatów marketingowych

Moduł 5 – Komunikaty i rozmowa z klientem indywidualnym (praktyka)

- przygotowanie komunikatów marketingowych dla klienta indywidualnego
- ćwiczenia w dopasowaniu języka komunikacji do potrzeb odbiorcy
- warsztat rozmowy z klientem indywidualnym
- analiza reakcji klienta na komunikat sprzedażowy
- formułowanie argumentów sprzedażowych

Moduł 6 – Techniki sprzedaży relacyjnej i zarządzanie obiekcjami (praktyka)

- ćwiczenie technik sprzedaży opartych na relacjach
- rozpoznawanie i klasyfikowanie obiekcji klientów
- przygotowanie odpowiedzi na najczęstsze obiekcje
- analiza dotychczasowych działań sprzedażowych
- formułowanie wniosków usprawniających pracę z klientem

Dzień 3: Budowanie wizerunku i marki

Moduł 7 – Strategiczne budowanie marki osobistej (teoria)

- zasady strategicznego budowania marki osobistej
- definiowanie unikalnych wartości i wyróżników
- określanie grupy odbiorców marki osobistej
- budowanie wiarygodności w komunikacji
- spójność przekazu w kanałach komunikacji

Moduł 8 – Marka firmowa i branding w relacjach B2B i B2C (teoria)

- tworzenie spójnej komunikacji wizualnej i treściowej
- budowanie marki firmy
- rozróżnienie między marką osobistą a firmową
- branding w kontekście B2B i B2C
- analiza elementów wpływających na odbiór marki

Moduł 9 – Audyt obecnego wizerunku i plan ulepszeń (praktyka)

- przeprowadzenie audytu obecnego wizerunku
- analiza komunikacji w mediach społecznościowych
- analiza strony internetowej i materiałów wizerunkowych
- tworzenie planu ulepszeń w zakresie komunikacji marki
- analiza studiów przypadków marek, które osiągnęły sukces

Dzień 4: Łączenie strategii wizerunku z pozyskiwaniem klientów

Moduł 10 – Integracja wizerunku z procesem sprzedaży (teoria)

- integracja strategii wizerunku z procesem sprzedaży
- wpływ wizerunku na decyzje zakupowe klientów
- dopasowanie strategii komunikacyjnej do procesu sprzedaży
- spójność komunikatów marketingowych i sprzedażowych
- rola zaufania i wiarygodności w pozyskiwaniu klientów

Moduł 11 – Tworzenie spersonalizowanej strategii marketingowo-sprzedażowej (praktyka)

- opracowanie indywidualnych planów działań dla uczestników
- połączenie działań wizerunkowych z działaniami sprzedażowymi
- dobór kanałów komunikacji do profilu klienta
- przygotowanie założeń strategii pozyskiwania klientów
- prezentacja i analiza opracowanych rozwiązań

Moduł 12 – Symulacje sprzedażowe, oferty i podsumowanie szkolenia (praktyka)

- prowadzenie rozmów z klientami w warunkach symulowanych
- tworzenie ofert dopasowanych do potrzeb klienta
- ćwiczenie elementów negocjacji
- omówienie rezultatów ćwiczeń praktycznych
- podsumowanie szkolenia, feedback uczestników i wskazówki do dalszego działania

Walidacja efektów uczenia się

Opis procesu walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do samodzielnego tworzenia strategii pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych, projektowania i zarządzania procesem sprzedaży, budowania strategii komunikacji z klientami indywidualnymi, a także projektowania i wdrażania działań związanych z budowaniem marki osobistej i firmowej.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu następujących metod walidacji:

- Wywiad ustrukturyzowany, służący weryfikacji wiedzy uczestnika dotyczącej identyfikowania grup docelowych w sektorze B2B, definiowania propozycji wartości dla klientów biznesowych, doboru kanałów komunikacji oraz określania wartości i wyróżników marki osobistej i firmowej,
- Obserwacja w warunkach symulowanych, polegająca na sprawdzeniu sposobu wykonania zadań praktycznych, w tym zastosowania narzędzi wspierających sprzedaż i marketing, projektowania profili klientów i map decyzyjnych, opracowania wskaźników KPI, analizy case studies, tworzenia komunikatów marketingowych oraz przeprowadzenia audytu wizerunku i opracowania planu ulepszeń,
- Wywiad swobodny, polegający na rozmowie weryfikacyjnej dotyczącej sposobu wykonania zadań praktycznych, uzasadnienia przyjętych rozwiązań, wyciągania wniosków z analizowanych przypadków oraz oceny możliwości zastosowania zdobytych kompetencji w praktyce zawodowej.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie minimum 80% frekwencji oraz zaangażowanie Uczestnika w realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Proces walidacji prowadzony jest z zachowaniem rozdzielności funkcji, polegającej na oddzieleniu procesu kształcenia i szkolenia od procesu walidacji.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest zaświadczeniem ukończenia szkolenia oraz certyfikatem, zawierającym informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria weryfikacji.

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Warunkiem uznania usługi za ukończoną i uprawniającą do dofinansowania jest minimum 80% frekwencji uczestnika w zajęciach oraz uzyskanie pozytywnego wyniku z walidacji.
- Usługa realizowana jest w 32 godzinach zegarowych.
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.

- Zajęcia praktyczne: 11 godzin 45 minut zegarowych / zajęcia teoretyczne: 15 godzin 30 minut zegarowych.
- Przerwy są zaplanowane pomiędzy modułami usługi rozwojowej i wliczają się do łącznego czasu jej trwania.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Dzień 1. Moduł 1. Strategia pozyskiwania klientów B2B (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	03-08-2026	09:00	12:00	03:00
2 z 21 -	Przerwa	-	03-08-2026	12:00	12:30	00:30
3 z 21 Dzień 1. Moduł 2. Profil klienta i proces decyzyjny w B2B (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	03-08-2026	12:30	14:30	02:00
4 z 21 -	Przerwa	-	03-08-2026	14:30	15:00	00:30
5 z 21 Dzień 1. Moduł 3. Projektowanie procesu sprzedaży B2B (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	03-08-2026	15:00	17:00	02:00
6 z 21 Dzień 2. Moduł 4. Komunikacja i lejek sprzedażowy w pracy z klientem indywidualnym (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	04-08-2026	09:00	12:00	03:00
7 z 21 -	Przerwa	-	04-08-2026	12:00	12:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 21 Dzień 2. Moduł 5. Komunikaty i rozmowa z klientem indywidualnym (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	04-08-2026	12:30	14:30	02:00
9 z 21 -	Przerwa	-	04-08-2026	14:30	15:00	00:30
10 z 21 Dzień 2. Moduł 6. Techniki sprzedaży relacyjnej i zarządzanie obiekcjami (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	04-08-2026	15:00	17:00	02:00
11 z 21 Dzień 3. Moduł 7. Strategiczne budowanie marki osobistej (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	05-08-2026	09:00	12:00	03:00
12 z 21 -	Przerwa	-	05-08-2026	12:00	12:30	00:30
13 z 21 Dzień 3. Moduł 8. Marka firmowa i branding w relacjach B2B i B2C (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	05-08-2026	12:30	14:30	02:00
14 z 21 -	Przerwa	-	05-08-2026	14:30	15:00	00:30
15 z 21 Dzień 3. Moduł 9. Audyt obecnego wizerunku i plan ulepszeń (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	05-08-2026	15:00	17:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 21 Dzień 4. Moduł 10. Integracja wizerunku z procesem sprzedaży (teoria)	Zajęcia	Bartosz Radacz	06-08-2026	09:00	11:30	02:30
17 z 21 -	Przerwa	-	06-08-2026	11:30	12:00	00:30
18 z 21 Dzień 4. Moduł 11. Tworzenie spersonalizowanej strategii marketingowo-sprzedażowej (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	06-08-2026	12:00	14:30	02:30
19 z 21 -	Przerwa	-	06-08-2026	14:30	15:00	00:30
20 z 21 Dzień 4. Moduł 12. Symulacje sprzedażowe, oferty i podsumowanie szkolenia (praktyka)	Zajęcia	Bartosz Radacz	06-08-2026	15:00	16:15	01:15
21 z 21 -	Walidacja	-	06-08-2026	16:15	17:00	00:45

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	27:15
w tym suma godzin walidacji	00:45
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	37:15

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	7 134,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	222,94 PLN
Koszt osobogodziny netto	181,25 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Radacz

Bartosz Radacz to doświadczony specjalista w sprzedaży i budowaniu relacji z klientami, który w ciągu ostatnich 5 lat zdobył praktyczne kompetencje niezbędne do prowadzenia szkoleń z zakresu pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych. Jako Sales Manager w hotLead.pl (2022–2024) odpowiadał za generowanie leadów, zarządzanie procesami sprzedażowymi oraz rozwój strategii pozyskiwania klientów. Jego doświadczenie obejmuje również pracę jako Sales Specialist w GO4Robot (2021–2022), gdzie zajmował się negocjacjami i budowaniem ofert, a także pełnienie funkcji lidera w Studenckim Kole Naukowym ASAP, gdzie organizował wydarzenia edukacyjne i wspierał rozwój zespołu.

Bartosz ukończył zarządzanie strategiczne (mgr) w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu oraz zarządzanie i inżynierię produkcji (inż.) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Zdołał liczne

certyfikaty, w tym Certyfikowanego Trenera Branżowych Symulacji Biznesowych, szkolenia z technik sprzedaży, personal branding oraz wykorzystania CRM.

Dzięki połączeniu praktycznej wiedzy, doświadczenia w sprzedaży oraz certyfikowanych umiejętności trenerskich Bartosz skutecznie prowadzi szkolenia, pomagając uczestnikom rozwijać efektywne strategie marketingowo-sprzedażowe i budować marki.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Na wniosek uczestnika materiały dydaktyczne mogą zostać dostosowane do indywidualnych potrzeb osób ze szczególnymi potrzebami, w zakresie możliwym do realizacji przez Dostawcę Usługi.

Informacje dodatkowe

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z odrębnym stanowiskiem dla każdego Uczestnika. Sale spełniają wymogi sanitarno-epidemiologiczne oraz zasady BHP. Każde szkolenie realizowane przez Unico jest ubezpieczone.

Unico Sp. z o.o. dokłada starań, aby zapewnić dostępność usługi osobom ze szczególnymi potrzebami. W przypadku potrzeby zapewnienia dodatkowych udogodnień lub dostosowań prosimy o kontakt przed zapisem na usługę, w celu ustalenia możliwego zakresu wsparcia.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, jeśli dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. Przy niższym poziomie dofinansowania do ceny netto doliczany jest VAT 23%.

Zwolnienie stosowane jest na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r.

Adres

ul. Leona Barciszewskiego 12
62-200 Gniezno
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771