



Akademia sprzedaży i negocjacji w ramach projektu Kultura +: Kompetencje dla Przyszłości Pomorza.

Numer usługi 2026/07/23/134184/3706999

9 120,00 PLN brutto
9 120,00 PLN netto
190,00 PLN brutto/h
190,00 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

CENTRUM
KREATYWNOŚCI
KWADRAT SPÓŁKA
Z OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

193 oceny

📍 Gdańsk

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 48:00 h

📅 09.09.2026 do 06.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do dorosłych mieszkańców województwa pomorskiego pracujących w branżach w obszarze kultury, którzy z własnej inicjatywy chcą podnosić swoje umiejętności lub nabywać kwalifikacje w obszarze kultury. Uczestnikami szkolenia mogą być osoby, które spełniają następujące warunki:

- a) są zatrudnione zgodnie z art. 2 ustawy z dnia 26 czerwca 1974 r. Kodeks pracy, lub
- b) współpracujące na podstawie umowy cywilno-prawnej zgodnie z ustawą z dnia 23 kwietnia 1964 r. Kodeks cywilny lub
- c) prowadzące działalność gospodarczą na własny rachunek, w branżach (PKD) wchodzących w skład obszaru kultury.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

08-09-2026

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

Szkolenia prowadzą do skutecznej sprzedaży, wywierania wpływu, prowadzenia negocjacji oraz budowania długofalowych relacji z klientami. Uczestnik zdobędzie wiedzę i rozwinie umiejętności pozwalające planować proces sprzedaży, identyfikować potrzeby klientów, prowadzić skuteczne rozmowy sprzedażowe i negocjacyjne, stosować techniki perswazji, cross-sellingu i up-sellingu, prezentować ofertę oraz efektywnie reagować na obiekcje i trudne sytuacje w kontakcie z klientem.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje etapy procesu negocjacyjnego oraz strategię negocjacyjne stosowane w sprzedaży.	Rozróżnia rodzaje negocjacji oraz wskazuje sytuacje, w których należy zastosować odpowiednią strategię negocjacyjną.	Test teoretyczny
Definiuje pojęcia i narzędzia wykorzystywane w przygotowaniu negocjacji.	Wyjaśnia znaczenie pojęć BATNA, poziom aspiracji, pozycja otwarcia, dolna linia oraz wspólny przedział akceptacji.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady budowania relacji, zaufania i prowadzenia skutecznej komunikacji podczas negocjacji.	Wskazuje elementy wpływające na budowanie zaufania oraz skuteczność komunikacji negocjacyjnej.	Test teoretyczny
Charakteryzuje zasady prowadzenia negocjacji pakietowych oraz udzielania ustępstw.	Rozróżnia sposoby budowania wartości negocjacji oraz zasady kontraktowania ustępstw.	Test teoretyczny
Definiuje techniki finalizacji negocjacji oraz sposoby przełamywania impasu negocjacyjnego.	Wskazuje narzędzia i metody wspierające osiąganie porozumienia oraz domykanie negocjacji.	Test teoretyczny
Dobiera strategię negocjacyjną odpowiednio do celu negocjacji i charakteru relacji z partnerem biznesowym.	Rozpoznaje strategię negocjacyjną oraz dobiera właściwą strategię do określonej sytuacji biznesowej	Test teoretyczny
Analizuje sytuację negocjacyjną oraz planuje przebieg negocjacji.	Rozpoznaje elementy przygotowania do negocjacji oraz zasady planowania procesu negocjacyjnego	Test teoretyczny
Dobiera sposoby budowania wartości, prowadzenia ustępstw oraz osiągania porozumienia.	Rozpoznaje zasady budowania wartości, prowadzenia ustępstw oraz osiągania porozumienia typu win-win	Test teoretyczny
Dobiera techniki komunikacyjne wspierające prowadzenie negocjacji oraz rozwiązywanie sytuacji konfliktowych.	Rozpoznaje techniki komunikacyjne stosowane w negocjacjach oraz sposoby reagowania na trudne sytuacje	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Ocenia przebieg negocjacji oraz dobiera działania prowadzące do skutecznego zakończenia rozmów.	Rozpoznaje działania wspierające skuteczną finalizację negocjacji i osiągnięcie celu biznesowego	Test teoretyczny
Uzasadnia znaczenie odpowiedzialnego prowadzenia negocjacji z poszanowaniem interesów obu stron.	Rozpoznaje zachowania wspierające osiąganie trwałych porozumień.	Test teoretyczny
Uzasadnia znaczenie właściwego przygotowania do negocjacji dla osiągania celów biznesowych.	Rozpoznaje elementy wpływające na skuteczność procesu negocjacyjnego.	Test teoretyczny

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

Dzień 1–2: 9–10.09.2026 (16 h)

Profesjonalna sprzedaż

1. Prospecting i pozyskiwanie nowych klientów

- Charakteryzowanie metod pozyskiwania nowych klientów.
- Planowanie działań prospectingowych z wykorzystaniem planu sprzedaży.
- Dobieranie kanałów dotarcia do klientów odpowiednio do grupy docelowej.
- Analizowanie skuteczności działań sprzedażowych na podstawie osiąganych wyników.
- Ocenianie efektywności prowadzonych działań prospectingowych.

2. Rozpoznawanie potrzeb klienta i motywatorów zakupowych

- Identyfikowanie czynników wpływających na decyzje zakupowe klientów.

- Rozpoznawanie potrzeb oraz motywatorów zakupowych różnych grup klientów.
- Dobieranie języka korzyści do oczekiwań i sytuacji klienta.
- Wykorzystywanie technik aktywnego słuchania oraz zadawania pytań.
- Budowanie wartości oferty odpowiadającej potrzebom klienta.

3. Umawianie spotkań i komunikacja sprzedażowa

- Planowanie procesu umawiania spotkań handlowych.
- Przygotowywanie scenariuszy rozmów sprzedażowych.
- Dobieranie sposobów prowadzenia rozmów telefonicznych i komunikacji mailowej.
- Rozpoznawanie oraz pokonywanie barier komunikacyjnych podczas kontaktu z klientem.
- Stosowanie technik zwiększających skuteczność pierwszego kontaktu.

4. Prezentacja oferty i prowadzenie procesu sprzedaży

- Planowanie prezentacji sprzedażowej dostosowanej do potrzeb klienta.
- Dobieranie treści oraz argumentów wspierających proces sprzedaży.
- Organizowanie prezentacji z wykorzystaniem języka korzyści.
- Wykorzystywanie technik komunikacyjnych zwiększających skuteczność przekazu.
- Zarządzanie wieloetapowym procesem sprzedaży.

5. Komunikacja z klientem i budowanie relacji

- Wykorzystywanie technik aktywnego słuchania, parafrazy i klaryfikacji.
- Budowanie długoterminowych relacji opartych na zaufaniu.
- Dobieranie sposobu komunikacji do stylu i potrzeb klienta.
- Ocenianie wpływu jakości komunikacji na efektywność sprzedaży.
- Wzmacnianie przewagi konkurencyjnej poprzez profesjonalną obsługę klienta.

6. Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami sprzedażowymi

- Rozpoznawanie trudnych zachowań klientów oraz źródeł obiekcji.
- Dobieranie sposobów reagowania na pytania i zastrzeżenia klientów.
- Wykorzystywanie technik perswazji zwiększających skuteczność sprzedaży.
- Planowanie działań zapobiegających pojawianiu się obiekcji.
- Budowanie postawy wspierającej skuteczne prowadzenie rozmów handlowych.

7. Finalizowanie sprzedaży i domykanie kontraktów

- Rozpoznawanie sygnałów zakupowych wysyłanych przez klientów.
- Dobieranie technik finalizacji sprzedaży odpowiednio do sytuacji handlowej.
- Wykorzystywanie motywatorów zakupowych podczas zamykania sprzedaży.
- Ocenianie skuteczności prowadzonych rozmów finalizujących.
- Budowanie satysfakcji klienta podczas procesu zakupu.

8. Rozwój skuteczności i proaktywności handlowca

- Analizowanie własnych działań sprzedażowych oraz identyfikowanie obszarów rozwoju.
- Planowanie działań zwiększających skuteczność sprzedaży i obsługi klienta.
- Organizowanie pracy handlowca z uwzględnieniem priorytetów i harmonogramu działań.
- Wykorzystywanie dobrych praktyk sprzedażowych do budowania przewagi konkurencyjnej.
- Formułowanie indywidualnego planu rozwoju kompetencji sprzedażowych.

Dzień 3–4: 5–6.10.2026 (8 h)

Wywieranie wpływu w sprzedaży, cross-selling i up-selling

1. Planowanie procesu sprzedaży z perspektywy klienta

- Analizowanie procesu zakupowego klienta oraz identyfikowanie kluczowych momentów wpływających na decyzję zakupową.
- Rozpoznawanie potrzeb i oczekiwań klientów na poszczególnych etapach procesu sprzedaży.
- Planowanie działań sprzedażowych dostosowanych do procesu zakupowego klienta.
- Ocenianie skuteczności działań sprzedażowych na podstawie analizy studiów przypadków.
- Wykorzystywanie doświadczeń z praktyki do doskonalenia procesu sprzedaży.

2. Cross-selling i up-selling jako narzędzia rozwoju sprzedaży

- Charakteryzowanie zasad cross-sellingu i up-sellingu.
- Identyfikowanie sytuacji sprzyjających rozszerzeniu zakresu współpracy z klientem.
- Dobieranie dodatkowych produktów i usług do rzeczywistych potrzeb klienta.
- Budowanie wartości oferty zwiększającej satysfakcję klienta i wartość sprzedaży.
- Ocenianie możliwości rozwoju relacji z klientem poprzez sprzedaż komplementarną.

3. Wywieranie wpływu i perswazja w sprzedaży

- Stosowanie zasad skutecznego przekazu perswazyjnego.

- Wykorzystywanie struktury SUCCESS oraz reguł wpływu społecznego Roberta Cialdiniego.
- Dobieranie technik perswazji odpowiednio do sytuacji sprzedażowej.
- Rozpoznawanie prób wywierania wpływu oraz sposobów reagowania na nie.
- Budowanie przekazu zwiększającego skuteczność działań sprzedażowych.

4. Diagnoza potrzeb i budowanie wartości dla klienta

- Rozpoznawanie rzeczywistych potrzeb klienta z wykorzystaniem pytań i aktywnego słuchania.
- Stosowanie technik komunikacyjnych wspierających budowanie relacji.
- Dobieranie argumentów opartych na języku korzyści.
- Wykorzystywanie motywatorów zakupowych podczas prezentowania oferty.
- Budowanie partnerskich relacji zwiększających skuteczność sprzedaży.

5. Zarządzanie relacją z klientem w procesie sprzedaży

- Analizowanie relacji z klientem z perspektywy interesów, siły, klimatu współpracy oraz elastyczności.
- Dobieranie sposobów budowania pozycji w rozmowie sprzedażowej.
- Rozpoznawanie wpływu emocji na przebieg procesu sprzedaży.
- Ocenianie równowagi pomiędzy realizacją celów sprzedażowych a budowaniem długoterminowej relacji.
- Wykorzystywanie technik wspierających współpracę z klientem.

6. Asertywność i skuteczna komunikacja sprzedaży

- Rozpoznawanie przekonań ograniczających skuteczność działań sprzedażowych.
- Budowanie postawy wspierającej pewność siebie oraz inicjatywę handlową.
- Rozróżnianie potrzeb rzeczowych, proceduralnych i emocjonalnych klienta.
- Identyfikowanie błędów komunikacyjnych wynikających z interpretacji komunikatów.
- Dobieranie sposobów reagowania na bariery komunikacyjne i trudne sytuacje.

7. Budowanie doświadczeń klienta i prowadzenie rozmów sprzedażowych

- Planowanie działań prowadzących do osiągnięcia efektu WOW w obsłudze klienta.
- Wykorzystywanie technik wywierania wpływu podczas rozmów sprzedażowych.
- Prowadzenie rozmów cross-sellingowych i up-sellingowych z wykorzystaniem poznanych narzędzi.
- Dobieranie sposobów budowania długoterminowych relacji z klientami.
- Ocenianie skuteczności prowadzonych rozmów sprzedażowych.

8. Doskonalenie kompetencji sprzedażowych

- Analizowanie własnych doświadczeń sprzedażowych oraz identyfikowanie dobrych praktyk.
- Ocenianie skuteczności stosowanych metod sprzedaży i obsługi klienta.
- Wykorzystywanie informacji zwrotnej do doskonalenia kompetencji handlowych.
- Planowanie działań zwiększających skuteczność sprzedaży i jakość obsługi klienta.
- Formułowanie indywidualnego planu rozwoju kompetencji sprzedażowych.

Dzień 5–6: 5–6.11.2026 (16 h)

Negocjacje w praktyce

1. Fundamenty negocjacji i budowanie relacji biznesowych

- Charakteryzowanie istoty negocjacji oraz ich roli w procesie sprzedaży.
- Rozróżnianie negocjacji problemowych i ich zastosowania w budowaniu długoterminowych relacji.
- Analizowanie wpływu zaufania, emocji oraz postawy negocjatora na przebieg negocjacji.
- Rozpoznawanie czynników wspierających kreatywność i skuteczność negocjacyjną.
- Ocenianie wpływu własnych zachowań na osiągnięcie porozumienia.

2. Strategie negocjacyjne i budowanie przewagi negocjacyjnej

- Charakteryzowanie negocjacji pozycyjnych oraz zasad ich prowadzenia.
- Dobieranie strategii negocjacyjnej do rodzaju sytuacji biznesowej.
- Wykorzystywanie technik kotwiczenia oraz formułowania kontrofert.
- Ocenianie wpływu ustępstw i twardego stanowiska na wynik negocjacji.
- Budowanie wartości dla obu stron procesu negocjacyjnego.

3. Przygotowanie do negocjacji

- Planowanie procesu negocjacyjnego z wykorzystaniem analizy sytuacji.
- Wykorzystywanie narzędzi przygotowania do negocjacji, w tym BATNA, poziomu aspiracji oraz wspólnego przedziału akceptacji.
- Analizowanie danych wspierających przygotowanie negocjacji.
- Organizowanie procesu przygotowania z wykorzystaniem formularza negocjacyjnego.
- Ocenianie własnego przygotowania do rozmów biznesowych.

4. Negocjacje pakietowe i dobór strategii

- Charakteryzowanie zasad negocjacji pakietowych.

- Dobieranie priorytetów negocjacyjnych oraz tworzenie pakietów negocjacyjnych.
- Wykorzystywanie kontraktowania jako narzędzia budowania bezpieczeństwa rozmów.
- Analizowanie modelu metacelów w doborze strategii negocjacyjnej.
- Ocenianie wpływu właściwego doboru strategii na efektywność negocjacji.

5. Zarządzanie ustępstwami i budowanie wartości negocjacji

- Stosowanie zasad udzielania ustępstw podczas negocjacji.
- Dobieranie sposobów reagowania na nierealne propozycje drugiej strony.
- Wykorzystywanie modelu trójkąta interesów do budowania porozumienia.
- Planowanie kontraktowania ustępstw oraz zabezpieczania własnych interesów.
- Ocenianie wpływu sposobu udzielania ustępstw na wynik negocjacji.

6. Finalizacja negocjacji i pokonywanie impasu

- Wykorzystywanie metod podsumowywania ustaleń negocjacyjnych.
- Rozpoznawanie przyczyn impasu negocjacyjnego.
- Dobieranie technik przełamywania impasu odpowiednio do sytuacji.
- Wykorzystywanie pytań oraz technik komunikacyjnych wspierających osiągnięcie porozumienia.
- Planowanie działań prowadzących do skutecznego zakończenia negocjacji.

7. Trening negocjacji biznesowych

- Analizowanie rzeczywistych sytuacji negocjacyjnych.
- Wykorzystywanie modelu interesy–stanowiska–kwestie podczas prowadzenia negocjacji.
- Dobieranie sposobów prowadzenia negocjacji z uwzględnieniem relacji oraz interesów stron.
- Stosowanie technik komunikacyjnych wspierających skuteczność negocjacji.
- Ocenianie skuteczności prowadzonych rozmów negocjacyjnych.

8. Rozwijanie kompetencji negocjacyjnych

- Rozróżnianie zachowań asertywnych, agresywnych i uległych w negocjacjach.
- Wykorzystywanie metod zarządzania emocjami podczas rozmów negocjacyjnych.
- Analizowanie sposobu prowadzenia ustępstw oraz budowania własnej pozycji negocjacyjnej.
- Dobieranie strategii negocjacyjnych do sytuacji biznesowych i procesu domykania sprzedaży.

9. Walidacja usługi - test wiedzy

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 43

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 43 Profesjonalna sprzedaż 1. Prospecting i pozyskiwanie nowych klientów	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	09-09-2026	08:30	10:30	02:00
2 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 43 2. Rozpoznawanie potrzeb klienta i motywatorów zakupowych	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	09-09-2026	10:45	12:30	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	12:30	13:00	00:30
5 z 43 3. Umawianie spotkań i komunikacja sprzedażowa	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	09-09-2026	13:00	14:30	01:30
6 z 43 -	Przerwa	-	09-09-2026	14:30	14:45	00:15
7 z 43 4. Prezentacja oferty i prowadzenie procesu sprzedaży	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	09-09-2026	14:45	16:30	01:45
8 z 43 5. Komunikacja z klientem i budowanie relacji	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	10-09-2026	08:30	10:30	02:00
9 z 43 -	Przerwa	-	10-09-2026	10:30	10:45	00:15
10 z 43 6. Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami sprzedażowymi	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	10-09-2026	10:45	12:30	01:45
11 z 43 -	Przerwa	-	10-09-2026	12:30	13:00	00:30
12 z 43 7. Finalizowanie sprzedaży i domykanie kontraktów	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	10-09-2026	13:00	14:30	01:30
13 z 43 -	Przerwa	-	10-09-2026	14:30	14:45	00:15
14 z 43 8. Rozwijanie skuteczności i proaktywność i handlowca	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	10-09-2026	14:45	16:30	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 43 Wywieranie wpływu w sprzedaży, Cross selling i upselling 1. Planowanie procesu sprzedaży z perspektywy klienta	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	05-10-2026	08:30	10:30	02:00
16 z 43 -	Przerwa	-	05-10-2026	10:30	10:45	00:15
17 z 43 2. Cross-selling i up-selling jako narzędzia rozwoju sprzedaży	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	05-10-2026	10:45	12:30	01:45
18 z 43 -	Przerwa	-	05-10-2026	12:30	13:00	00:30
19 z 43 3. Wywieranie wpływu i perswazja w sprzedaży	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	05-10-2026	13:00	14:30	01:30
20 z 43 -	Przerwa	-	05-10-2026	14:30	14:45	00:15
21 z 43 4. Diagnozowanie potrzeb i budowanie wartości dla klienta	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	05-10-2026	14:45	16:30	01:45
22 z 43 5. Zarządzanie relacją z klientem w procesie sprzedaży	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	06-10-2026	08:30	10:30	02:00
23 z 43 -	Przerwa	-	06-10-2026	10:30	10:45	00:15
24 z 43 6. Asertywność i skuteczna komunikacja w sprzedaży	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	06-10-2026	10:45	12:30	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 43 -	Przerwa	-	06-10-2026	12:30	13:00	00:30
26 z 43 7. Budowanie doświadczeń klienta i prowadzenie rozmów sprzedażowych	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	06-10-2026	13:00	14:30	01:30
27 z 43 -	Przerwa	-	06-10-2026	14:30	14:45	00:15
28 z 43 8. Doskonalenie kompetencji sprzedażowych	Zajęcia	Łukasz Wieczorek	06-10-2026	14:45	16:30	01:45
29 z 43 Negocjacje w praktyce 1. Fundamenty negocjacji i budowanie relacji biznesowych	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	05-11-2026	08:30	10:30	02:00
30 z 43 -	Przerwa	-	05-11-2026	10:30	10:45	00:15
31 z 43 2. Strategie negocjacyjne i budowanie przewagi negocjacyjnej	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	05-11-2026	10:45	12:30	01:45
32 z 43 -	Przerwa	-	05-11-2026	12:30	13:00	00:30
33 z 43 3. Przygotowanie do negocjacji	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	05-11-2026	13:00	14:30	01:30
34 z 43 -	Przerwa	-	05-11-2026	14:30	14:45	00:15
35 z 43 4. Negocjacje pakietowe i dobór strategii	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	05-11-2026	14:45	16:30	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
36 z 43 Zarządzanie ustępstwami i budowanie wartości negocjacji	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	06-11-2026	08:30	10:30	02:00
37 z 43 -	Przerwa	-	06-11-2026	10:30	10:45	00:15
38 z 43 Finalizowanie negocjacji i pokonywanie impasu	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	06-11-2026	10:45	12:30	01:45
39 z 43 -	Przerwa	-	06-11-2026	12:30	13:00	00:30
40 z 43 7. Trening negocjacji biznesowych	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	06-11-2026	13:00	14:15	01:15
41 z 43 -	Przerwa	-	06-11-2026	14:15	14:30	00:15
42 z 43 Rozwijanie kompetencji negocjacyjnych	Zajęcia	Joanna Sobczyk-Dyjak	06-11-2026	14:30	16:00	01:30
43 z 43 -	Walidacja	-	06-11-2026	16:00	16:30	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	41:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	06:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	56:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 120,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 120,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	190,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



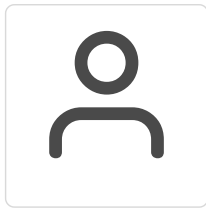
1 z 2

Łukasz Wieczorek

Trener biznesu, coach, mentor i konsultant z ponad 20-letnim doświadczeniem w projektowaniu i realizacji programów rozwojowych z zakresu sprzedaży B2B i B2C, negocjacji, komunikacji biznesowej, obsługi klienta oraz kompetencji menedżerskich. Absolwent Szkoły Głównej Handlowej w Warszawie oraz programów Noble Manhattan Coaching. Posiada certyfikacje m.in. Noble Manhattan Coaching, International Institute of Coaching & Mentoring, Institute of Leadership & Management oraz Psytech International. Jest certyfikowanym trenerem i asesorem wewnętrznym Orange.

Specjalizuje się w szkoleniach z profesjonalnej sprzedaży, consultative selling, negocjacji, budowania relacji z klientami i rozwoju zespołów sprzedażowych. Łączy wiedzę z praktycznym doświadczeniem zdobytym w sprzedaży B2B i B2C, business development oraz zarządzaniu sprzedażą. Prowadzi warsztaty oparte na analizie rzeczywistych przypadków, symulacjach i ćwiczeniach praktycznych.

Realizował projekty dla firm, m.in. ABB, Asseco, Orange, Mercedes-Benz, Deloitte, EY, Capgemini, Nokia, Bosch, Toyota, PKN Orlen, PZU, PKO BP, Bayer, GSK, Polpharma, Leroy Merlin, Skanska i LPP. Jako menedżer zwiększył wskaźnik hit rate z 8% do 32% oraz osiągnął 24% wzrost przychodów w portfolio klientów kluczowych. Posiada ponad 120 godzin doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich 24 miesiącach.



2 z 2

Joanna Sobczyk-Dyjak

Trener biznesu, konsultant i współtwórczyni Szkoły Negocjacji z ponad 20-letnim doświadczeniem w projektowaniu i realizacji programów rozwojowych z zakresu negocjacji biznesowych, sprzedaży, komunikacji interpersonalnej, rozwiązywania konfliktów oraz budowania porozumienia. Absolwentka psychologii społecznej Uniwersytetu SWPS, trener rekomendowana przez Polskie Towarzystwo Psychologiczne. Ukończyła Szkołę Trenerów Biznesu i Szkołę Treningu Grupowego. Posiada certyfikacje Przywództwo Sytuacyjne™, Blanchard SLII Experience™, Extended DISC oraz CustomerCentric Selling.

Specjalizuje się w szkoleniach z negocjacji handlowych i zakupowych, rozwiązywania konfliktów, asertywności oraz komunikacji biznesowej. Prowadzi warsztaty oparte na analizie rzeczywistych sytuacji, symulacjach negocjacyjnych i ćwiczeniach praktycznych. Wspiera organizacje we wdrażaniu standardów negocjacyjnych oraz rozwoju kompetencji zespołów sprzedażowych i menedżerskich.

Realizowała projekty szkoleniowe i doradcze dla firm z branży budowlanej, finansowej, FMCG, farmaceutycznej, IT, medycznej oraz sektora publicznego. Prowadziła m.in. projekt wdrożenia polityki negocjacyjnej dla działu zakupów, program rozwoju kadry menedżerskiej oraz działania wspierające współpracę HR i sprzedaży. Współpracowała z organizacjami takimi jak Erbud, CD Projekt, Ultimo, Hochland, Polpharma Biologics, Cisco, Stock i CCC. Posiada ponad 120 godzin doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce w ostatnich 2 latach.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały zostaną przekazane w trakcie szkolenia w formie prezentacji/skryptu. Uczestnicy otrzymają również długopis oraz notes.

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania. Podczas każdego dnia szkolenia przewidziane są: 2 przerwy kawowe x 15 min 1 przerwa x 30 min

Warunkiem uzyskania zaświadczenia o ukończeniu szkolenia jest obecność na min. 80% czasu trwania szkolenia i uzyskanie pozytywnego wyniku walidacji z testu (80% prawidłowych odpowiedzi).

Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne.

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.

Adres

ul. Trzy Lipy 3/B/330
80-172 Gdańsk
woj. pomorskie

Gdański Park Naukowo-Technologiczny – Centrum Konferencyjno-Szkoleniowe, ul. Trzy Lipy 3, 80-172 Gdańsk, bud.B, sala 330

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MONIKA SPYTKOWSKA

E-mail mon.spytkowska@gmail.com

Telefon (+48) 501 224 432