



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 543 oceny

Green NeuroExperience Marketing – Projektowanie Doświadczeń Klienta i Zrównoważonych Procesów Sprzedaży Usług – szkolenie

Numer usługi 2026/08/03/156609/3726327

3 780,00 PLN brutto

3 780,00 PLN netto

236,25 PLN brutto/h

236,25 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 03.11.2026 do 04.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób świadczących usługi oraz budujących relacje z klientami, które chcą zwiększyć skuteczność swoich działań poprzez lepsze zrozumienie procesów decyzyjnych klientów. Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności: - właściciele firm usługowych - osoby prowadzące działalność gospodarczą - osoby odpowiedzialne za kontakt z klientem i sprzedaż usług - osoby chcące rozwijać kompetencje w zakresie psychologii klienta i nowoczesnego marketingu Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą odejść od klasycznych metod sprzedaży i nauczyć się świadomie wpływać na decyzje klientów poprzez projektowanie doświadczeń i budowanie relacji.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	02-11-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do projektowania skutecznych i etycznych procesów sprzedaży oraz doświadczeń klienta z wykorzystaniem wiedzy z zakresu neuropsychologii, customer experience i komunikacji sprzedażowej, z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju oraz zielonych kompetencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą w zakresie wykorzystywania mechanizmów neuropsychologicznych	opisuje mechanizmy neuropsychologiczne wpływające na podejmowanie decyzji przez klientów.	Test teoretyczny
	omawia etapy procesu decyzyjnego klienta w usługach	Test teoretyczny
	charakteryzuje czynniki wpływające na postrzeganie wartości i ceny usługi	Test teoretyczny
	definiuje pojęcie doświadczenia klienta (Customer Experience) oraz jego znaczenie w procesie sprzedaży.	Test teoretyczny
	opisuje niewidzialne czynniki wpływające na decyzje klienta, takie jak emocje, środowisko i komunikacja niewerbalna	Test teoretyczny
Wykorzystuje narzędzia neuropsychologiczne w marketingu	analizuje proces kontaktu z klientem i identyfikuje miejsca utraty klientów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje doświadczenie klienta w sposób wspierający podejmowanie decyzji zakupowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera komunikację i sposób prowadzenia rozmowy do etapu decyzji klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozpoznaje momenty zawahania klienta i odpowiednio na nie reaguje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje komunikaty oraz działania zwiększające postrzeganą wartość usługi.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje proces pracy z klientem prowadzący do zwiększenia liczby decyzji zakupowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje proces podejmowania decyzji zakupowych klientów oraz wykorzystuje mechanizmy neuropsychologii w projektowaniu procesu sprzedaży usług.	charakteryzuje mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych przez klientów,	Test teoretyczny
	wyjaśnia wpływ emocji i procesów poznawczych na wybory konsumentów,	Test teoretyczny
	omawia znaczenie zaufania, pierwszego wrażenia oraz komunikacji niewerbalnej w sprzedaży usług,	Test teoretyczny
	identyfikuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje działania zwiększające zaufanie do marki,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje wiedzę z zakresu neuropsychologii podczas planowania procesu sprzedaży.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Stosuje zasady zrównoważonego rozwoju i zielone kompetencje podczas projektowania procesów sprzedaży oraz obsługi klienta.	charakteryzuje zasady zrównoważonego rozwoju w obszarze sprzedaży i marketingu usług,	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie zielonych kompetencji w budowaniu doświadczeń klienta,	Test teoretyczny
	omawia sposoby ograniczania zużycia materiałów i zasobów w procesach sprzedażowych,	Test teoretyczny
	opisuje rolę cyfrowej komunikacji oraz elektronicznej dokumentacji w ograniczaniu wpływu działalności na środowisko,	Test teoretyczny
	projektuje proces sprzedaży z uwzględnieniem zasad zrównoważonego rozwoju,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera rozwiązania ograniczające wykorzystanie materiałów drukowanych i innych zasobów,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje cyfrowe narzędzia komunikacji i dokumentacji w celu ograniczenia negatywnego wpływu na środowisko, wdraża rozwiązania wspierające odpowiedzialne i ekologiczne prowadzenie działań sprzedażowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych
	promuje odpowiedzialne postawy w zakresie gospodarowania zasobami podczas realizacji działań sprzedażowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	wykazuje świadomość znaczenia relacji i zaufania w procesie podejmowania decyzji przez klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	stosuje podejście oparte na zrozumieniu potrzeb i emocji klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	podejmuje świadome i odpowiedzialne decyzje w zakresie komunikacji i pracy z klientem	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje otwartość na zmianę podejścia z perswazyjnego na relacyjne i doświadczeniowe	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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

Szkolenie „**Green NeuroExperience – Neuropsychologia Sprzedaży, Customer Experience i Zrównoważone Budowanie Relacji z Klientem**” to praktyczny program rozwojowy przygotowujący uczestników do projektowania nowoczesnych procesów sprzedaży i obsługi klienta opartych na wiedzy z zakresu neuropsychologii, psychologii decyzji zakupowych oraz customer experience. Program koncentruje się na zrozumieniu mechanizmów wpływających na zachowania klientów, budowaniu wartości oferty, tworzeniu skutecznej komunikacji sprzedażowej oraz projektowaniu pozytywnych doświadczeń na każdym etapie kontaktu klienta z marką.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają zasady wykorzystywania mechanizmów neuropsychologicznych w procesie sprzedaży, nauczą się analizować potrzeby i motywacje klientów, projektować ścieżki zakupowe oraz budować komunikację opartą na zaufaniu, wartościach i długoterminowych relacjach. Istotnym elementem programu jest również rozwój zielonych kompetencji poprzez wdrażanie zasad

zrównoważonego rozwoju do procesów sprzedaży i obsługi klienta, w tym digitalizacji komunikacji, ograniczania wykorzystania materiałów drukowanych, racjonalnego gospodarowania zasobami oraz prowadzenia działań marketingowych w sposób odpowiedzialny i etyczny.

Szkolenie realizowane jest w formule warsztatowej, w której dominującą część stanowią ćwiczenia praktyczne, analizy przypadków oraz projektowanie własnych rozwiązań dostosowanych do specyfiki działalności uczestników. Efektem szkolenia będzie opracowanie kompletnej ścieżki klienta zgodnej z koncepcją **Green NeuroExperience** oraz indywidualnego planu wdrożenia nowoczesnych, skutecznych i zrównoważonych procesów sprzedaży i budowania lojalności klientów.

Usługa przeplatana jest zajęciami praktycznymi w celu lepszego przyswojenia wiedzy i umiejętności uczestników. Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia.

Szkolenie prowadzone przez obydwóch trenerów jednocześnie - brak możliwości wskazania w harmonogramie.

Moduł 1. Neuropsychologia Procesu Decyzyjnego Klienta i Invisible Marketing

Część teoretyczna

- mechanizmy podejmowania decyzji przez klienta,
- emocje i procesy poznawcze w sprzedaży usług,
- wpływ zaufania i poczucia bezpieczeństwa na decyzje zakupowe,
- neurobiologia pierwszego wrażenia,
- świadome i nieświadome bodźce wpływające na wybory klientów,
- niewidzialne mechanizmy wpływu (Invisible Marketing),
- mikrokomunikacja i język niewerbalny,
- wpływ otoczenia oraz atmosfery usługi na postrzeganie jakości,
- psychologia oczekiwań klienta,
- najczęściej popełniane błędy w komunikacji z klientem.

Część praktyczna

- analiza zachowań klientów,
- identyfikacja czynników wpływających na decyzje zakupowe,
- opracowanie profilu klienta,
- analiza własnego procesu obsługi,
- identyfikacja punktów budujących zaufanie,
- projektowanie pozytywnych doświadczeń klienta.

Moduł 2. Customer Experience i Zielone Kompetencje w Projektowaniu Doświadczeń Klienta

Część teoretyczna

- mapa doświadczeń klienta (Customer Journey),
- analiza punktów styku klienta z marką,
- projektowanie pozytywnych doświadczeń klienta,
- emocje towarzyszące korzystaniu z usług,
- personalizacja procesu obsługi,
- odpowiedzialna komunikacja marketingowa,
- projektowanie usług zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- digitalizacja komunikacji i ograniczanie materiałów drukowanych,
- racjonalne wykorzystanie zasobów w działaniach marketingowych,
- etyczny marketing oraz budowanie trwałych relacji z klientem.

Część praktyczna

- opracowanie ścieżki klienta,
- analiza punktów utraty klientów,
- projektowanie cyfrowych punktów kontaktu z klientem,
- analiza procesu komunikacji pod kątem zielonych kompetencji,
- opracowanie działań ograniczających wykorzystanie materiałów promocyjnych.

Moduł 3. NeuroSprzedaż – Projektowanie Wartości Usługi i Komunikacji

Część teoretyczna

- postrzeganie wartości przez klienta,
- psychologia ceny,
- budowanie przewagi konkurencyjnej,
- projektowanie oferty premium,
- komunikacja oparta na potrzebach klienta,
- język budujący zaufanie,
- prowadzenie rozmowy konsultacyjnej,
- redukowanie obiekcji,
- mechanizmy podejmowania decyzji zakupowych,
- etyczne techniki sprzedaży,
- wzmacnianie wartości usługi bez obniżania ceny,
- komunikowanie korzyści.

Część praktyczna

- projektowanie scenariuszy rozmów z klientem,
- ćwiczenia komunikacyjne,
- analiza przypadków,
- analiza własnej oferty,
- opracowanie propozycji wartości,
- optymalizacja komunikacji sprzedażowej.

Moduł 4. Green NeuroExperience – Lojalność, Zrównoważone Procesy Sprzedaży i Warsztat Projektowy

Część teoretyczna

- psychologia lojalności klientów,
- efekt pamięci doświadczenia,
- projektowanie działań zwiększających powroty klientów,
- budowanie długoterminowego zaufania,
- rekomendacje jako element rozwoju marki,
- organizacja procesu sprzedaży zgodnie z zasadami zrównoważonego rozwoju,
- cyfrowa dokumentacja klienta,
- elektroniczna komunikacja i ograniczanie papierowej dokumentacji,
- odpowiedzialne budowanie relacji z klientem,
- wpływ zrównoważonych praktyk na wizerunek marki.

Część praktyczna

- projekt procesu utrzymania klienta,
- analiza działań zwiększających lojalność klientów,
- analiza procesu sprzedaży pod kątem zielonych kompetencji,
- projekt działań ograniczających zużycie materiałów i zasobów,
- opracowanie kompletnej ścieżki klienta zgodnie z koncepcją **Green NeuroExperience**,
- przygotowanie indywidualnego planu wdrożenia odpowiedzialnych i zrównoważonych procesów sprzedaży usług,
- prezentacja projektu oraz omówienie rekomendacji wdrożeniowych.

Walidacja (15 min)

- Sprawdzenie wiedzy i umiejętności nabytych w trakcie szkolenia.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 7

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Moduł 1. Neuropsychologia Procesu Decyzyjnego Klienta i Invisible Marketing	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-11-2026	08:30	12:30	04:00
2 z 7 -	Przerwa	-	03-11-2026	12:30	13:30	01:00
3 z 7 Moduł 2. Customer Experience i Zielone Kompetencje w Projektowaniu Doświadczeń Klienta	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	03-11-2026	13:30	16:30	03:00
4 z 7 Moduł 3. NeuroSprzedaż – Projektowanie Wartości Usługi i Komunikacji	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	04-11-2026	08:30	12:30	04:00
5 z 7 -	Przerwa	-	04-11-2026	12:30	13:30	01:00
6 z 7 Moduł 4. Green NeuroExperience – Lojalność, Zrównoważone Procesy Sprzedaży i Warsztaty Projektowe	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	04-11-2026	13:30	16:15	02:45
7 z 7 -	Walidacja	-	04-11-2026	16:15	16:30	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 780,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 780,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	236,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	236,25 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu

deweloperskiego.

Posiada kilkuletnie doświadczenie w doradztwie i szkoleniach z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Moje wykształcenie:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)
- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny
- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia



2 z 2

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty, materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współprace z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

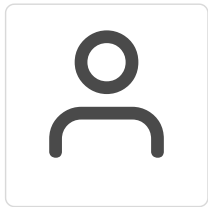
Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy Teams

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967