



SABINA
ADAMOWICZ

★★★★★ 4,9 / 5

503 oceny

STRATEGIA SPRZEDAŻY POPRZEZ MARKETING

Numer usługi 2026/08/16/119579/3748514

📍 Mierzyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 32:00 h

📅 14.09.2026 do 17.09.2026

7 200,00 PLN brutto

7 200,00 PLN netto

225,00 PLN brutto/h

225,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	PRZEDSIĘBIORCY ORAZ OSOBY ODPOWIEDZIALNE ZA SPRZEDAŻ I MARKETING
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	13-09-2026
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

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestnika w praktyczną wiedzę i narzędzia do tworzenia oraz wdrażania skutecznej strategii sprzedaży opartej na działaniach marketingowych. Uczestnik nauczy się analizować sytuację przedsiębiorstwa, identyfikować przewagi konkurencyjne oraz budować spójny model biznesowy. Szkolenie rozwija umiejętności projektowania ścieżki klienta, definiowania celów zgodnych z metodą SMART oraz tworzenia efektywnych działań sprzedażowo-marketingowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje pojęcie i etapy budowania strategii firmy.	Charakteryzuje cechy wspólne oraz różnice między sprzedażą a marketingiem.	Wywiad swobodny
	Definiuje podstawowe regulacje prawne z zakresu ochrony i przetwarzania danych.	Wywiad swobodny
	Definiuje jak zachować ciągłość działania organizacji w procesie przygotowania i wdrożenia nowych strategii.	Wywiad swobodny
Buduje strategię sprzedażową firmy oraz określa cele i mierniki jej realizacji.	Diagnostuje poziom dojrzałości firmy oraz rekomenduje działania zwiększające dojrzałość w strategicznych dla firmy obszarach sprzedażowych.	Wywiad swobodny
	Komunikuje proces zmian w przedsiębiorstwie dobierając skuteczne kanały, techniki i treści komunikatów.	Wywiad swobodny
	Prezentuje strategię firmy, wyjaśnia jej cele i prognozowane rezultaty wdrożeń.	Wywiad swobodny
	Analizuje łańcuch wartości swojej firmy i wskazuje elementy, w których wdrażanie nowej strategii sprzedaży i marketingu może przynieść największe efekty skutkujące możliwością uzyskiwania przewagi konkurencyjnej.	Wywiad swobodny
Zarządza projektami wdrożeń.	Zarządza w sposób umożliwiający osiągnięcie założonych celów.	Wywiad swobodny
	Przekonuje współpracowników i interesariuszy do własnego zdania.	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

STRATEGIA SPRZEDAŻY POPRZECZ MARKETING

DZIEŃ I – ANALIZA STRATEGICZNA PRZEDSIĘBIORSTWA I OBSZARU SPRZEDAŻY

I. Analiza strategiczna przedsiębiorstwa pod kątem obecnych działań sprzedażowych i marketingowych

- Wprowadzenie do szkolenia i omówienie zasad pracy.
- Dyscyplina wdrażania strategii a elastyczność w budowaniu i rozwijaniu produktów oraz usług.
- Analiza otoczenia przedsiębiorstwa i uwarunkowań wewnętrznych – warsztat.
- Aktualne działania sprzedażowe i marketingowe – identyfikacja mocnych stron i obszarów wymagających zmiany.
- Strategie sprzedaży i marketingu – razem czy osobno?
- Analiza przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa oraz narzędzi służących jej budowaniu – warsztat.
- Analiza SWOT – identyfikacja najważniejszych szans, zagrożeń, mocnych i słabych stron.
- Określenie kluczowych obszarów wymagających zmian i rozwoju.

DZIEŃ II – MODEL BIZNESOWY, KLIENT I WARTOŚĆ OFERTY

II. Model biznesowy i orientacja na klienta

- Analiza łańcucha wartości przedsiębiorstwa w kontekście budowania przewagi konkurencyjnej.
- Budowanie schematu funkcjonowania przedsiębiorstwa – warsztat.
- Wizja przedsiębiorstwa – co i jak chcemy robić?
- Model biznesowy – zależności pomiędzy marketingiem, sprzedażą, ofertą i klientem.
- Analiza obecnego modelu biznesowego i identyfikacja możliwości jego usprawnienia – warsztat.
- Budowanie person klientów – określenie potrzeb, oczekiwań i sposobu podejmowania decyzji zakupowych.
- Wartość dla klienta jako podstawa skutecznej oferty.
- Ścieżka klienta jako narzędzie zwiększające skuteczność działań sprzedażowych.
- Identyfikacja punktów kontaktu z klientem i możliwości ich usprawnienia.

DZIEŃ III – STRATEGIA MARKETINGOWA I SPRZEDAŻOWA

III. Budowanie strategii sprzedaży poprzez marketing

- Lejek sprzedażowy czy pętla sprzedażowa – dopasowanie podejścia do specyfiki przedsiębiorstwa.
- Budowanie i rozwijanie portfela potencjalnych klientów.
- Rynek docelowy i sposoby skutecznego docierania do klientów.
- Dobór narzędzi marketingowych i sprzedażowych do określonych grup klientów.
- Powiązanie działań marketingowych z procesem sprzedaży.

- Określenie kluczowych kanałów komunikacji i pozyskiwania klientów.
- Budowanie spójnego przekazu marketingowego wspierającego sprzedaż.
- Określenie celu głównego zgodnego z zasadą SMART.
- Definicja celów pośrednich – jak przeprowadzić przedsiębiorstwo od stanu obecnego do oczekiwanego?
- Komunikowanie zmian wewnątrz przedsiębiorstwa.
- Budowanie schematu stanu przyszłego – strategiczne zmiany układu sił.
- Warsztat: opracowanie założeń strategii marketingowo-sprzedażowej.

DZIEŃ IV – WDROŻENIE, ZARZĄDZANIE ZMIANĄ I ROZWÓJ STRATEGII

IV. Plan wdrożenia i rozwoju strategii

- Przełożenie założeń strategii na konkretne działania.
- Ustalenie priorytetów i kolejności realizacji działań.
- Ryzyka związane z realizacją nowej strategii firmy i sposoby ich minimalizowania.
- Realia wdrażania zmian w firmie – jak skutecznie zaplanować i przeprowadzić wdrożenie?
- Podział odpowiedzialności za realizację działań marketingowych i sprzedażowych.
- Monitorowanie efektów i reagowanie na zmieniające się warunki rynkowe.
- Utrzymywanie rozwoju – dobór właściwych działań pozwalających utrzymać kierunek strategicznego rozwoju.
- Warsztat doradczy: opracowanie indywidualnej mapy drogowej działań dla przedsiębiorstwa.
- Określenie najważniejszych działań do wdrożenia po zakończeniu szkolenia.
- Podsumowanie całości szkolenia.
- Walidacja osiągnięcia założonych efektów uczenia się.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Analiza strategiczna przedsiębiorstwa pod kątem obecnych działań sprzedażowych i marketingowych	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	14-09-2026	08:00	10:30	02:30
2 z 21 -	Przerwa	-	14-09-2026	10:30	11:00	00:30
3 z 21 Analiza strategiczna przedsiębiorstwa pod kątem obecnych działań sprzedażowych i marketingowych	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	14-09-2026	11:00	13:30	02:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 21 -	Przerwa	-	14-09-2026	13:30	14:00	00:30
5 z 21 Analiza strategiczna przedsiębiorstwa pod kątem obecnych działań sprzedażowych i marketingowych	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	14-09-2026	14:00	16:00	02:00
6 z 21 Model biznesowy i orientacja na klienta	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	15-09-2026	08:00	10:30	02:30
7 z 21 -	Przerwa	-	15-09-2026	10:30	11:00	00:30
8 z 21 Model biznesowy i orientacja na klienta	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	15-09-2026	11:00	13:30	02:30
9 z 21 -	Przerwa	-	15-09-2026	13:30	14:00	00:30
10 z 21 Model biznesowy i orientacja na klienta	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	15-09-2026	14:00	16:00	02:00
11 z 21 Budowanie strategii sprzedaży poprzez marketing	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	16-09-2026	08:00	10:30	02:30
12 z 21 -	Przerwa	-	16-09-2026	10:30	11:00	00:30
13 z 21 Budowanie strategii sprzedaży poprzez marketing	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	16-09-2026	11:00	13:30	02:30
14 z 21 -	Przerwa	-	16-09-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 21 Budowanie strategii sprzedaży poprzez marketing	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	16-09-2026	14:00	16:00	02:00
16 z 21 Plan wdrożenia i rozwoju strategii	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	17-09-2026	08:00	10:30	02:30
17 z 21 -	Przerwa	-	17-09-2026	10:30	11:00	00:30
18 z 21 Plan wdrożenia i rozwoju strategii	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	17-09-2026	11:00	13:30	02:30
19 z 21 -	Przerwa	-	17-09-2026	13:30	14:00	00:30
20 z 21 Plan wdrożenia i rozwoju strategii	Zajęcia	SABINA ADAMOWICZ	17-09-2026	14:00	15:00	01:00
21 z 21 -	Walidacja	-	17-09-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	32:00
w tym suma godzin zajęć	27:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	04:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	37:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto 7 200,00 PLN

Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto 7 200,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto 225,00 PLN

Koszt osobogodziny netto 225,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi

32:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

SABINA ADAMOWICZ

Ponad 10 letnie doświadczenie jako przedsiębiorca, twórczyni kilku marek własnych. Rozwijała i wspierała swoją wiedzę i doświadczenie podmioty własne jak i zewnętrzne. Jej głównymi kierunkami są: wprowadzanie na rynek nowych usług oraz produktów, marketing, modele biznesowe, zewnętrzne źródła finansowania a także strategiczne planowanie. Na swoim koncie ma przeprowadzonych kilkadziesiąt godzin doradztwa w tym zakresie. Ma blisko 100 zrealizowanych usług szkoleniowych i doradczych dla MŚP.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

uczestnik otrzyma pliki podsumowujące szkolenie

Warunki uczestnictwa

Przed zapisem na usługę prosimy o kontakt z organizatorem.

Karta usługi jest przeznaczona dla osób, które otrzymały co najmniej 70% dofinansowania.

Na podstawie §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. , Uczestnicy, którzy otrzymują dofinansowanie w wysokości 70% lub wyższej nie opłacają VAT-u z usługi.

Adres

ul. Welecka 1a
72-002 Mierzyn
woj. zachodniopomorskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



SABINA ADAMOWICZ

E-mail sabinaadamowicz@wp.pl

Telefon (+48) 660 673 882