



Szkolenie: Psychologia sprzedaży i negocjacji B2B – neurobiologia decyzji zakupowej w praktyce sprzedaży konsultacyjnej

Numer usługi 2026/08/27/225068/3770973

1 968,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

123,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

MHIG SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Kraków

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 02.11.2027 do 03.11.2027

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	• Handlowcy B2B i Key Account Managerowie • Doradcy klienta i Customer Success Managerowie • Właściciele małych i średnich firm sprzedający bezpośrednio • Pracownicy działów rozwoju biznesu (Business Development) • Konsultanci sprzedający usługi profesjonalne (doradcze, prawne, finansowe, technologiczne)
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	30-10-2027
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 przygotowanie uczestnika do samodzielnego prowadzenia procesu sprzedaży konsultacyjnej B2B – od nawiązania pierwszego kontaktu z klientem, poprzez identyfikowanie jego potrzeb i dobór adekwatnego rozwiązania, prezentowanie wartości oferty, prowadzenie rozmów z wykorzystaniem technik SPIN, pracę z obiekcjami i rozmowę o cenie, aż do skutecznego ustalenia kolejnego kroku w procesie sprzedażowym. Uczestnik będzie przygotowany do stosowania zasad psychologii decyzji zakupowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA Uczestnik wyjaśnia wpływ procesów psychologicznych i neurobiologicznych na decyzje zakupowe klienta B2B. Uczestnik charakteryzuje zasady wpływu społecznego Cialdiniego i ich zastosowanie w sprzedaży konsultacyjnej. Uczestnik rozróżnia sprzedaż transakcyjną, konsultacyjną i strategiczną oraz dobiera model sprzedaży do sytuacji klienta. Uczestnik charakteryzuje strukturę modelu SPIN i dobiera pytania odpowiednie do poszczególnych etapów badania potrzeb.	WIEDZA Uczestnik wyjaśnia różnice pomiędzy procesami automatycznymi i analitycznymi oraz wskazuje ich znaczenie dla procesu podejmowania decyzji zakupowej. Uczestnik wskazuje minimum 5 zasad wpływu społecznego oraz podaje przykład ich etycznego zastosowania w rozmowie sprzedażowej. Uczestnik rozpoznaje typ procesu sprzedażowego na podstawie opisu sytuacji i uzasadnia dobór właściwego podejścia. Uczestnik przyporządkowuje pytania do etapów SPIN oraz dobiera minimum jedno pytanie do każdego etapu na podstawie przedstawionego przypadku.	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI Uczestnik prowadzi pierwszy kontakt z klientem B2B z wykorzystaniem technik cold call, cold email lub networkingu. Uczestnik prowadzi badanie potrzeb klienta z wykorzystaniem pytań SPIN Uczestnik prezentuje rozwiązanie sprzedażowe poprzez odniesienie jego wartości do zidentyfikowanych potrzeb i celów klienta. Uczestnik reaguje na obiekcje klienta z wykorzystaniem techniki uznania, zrozumienia i przeramowania. Uczestnik prowadzi rozmowę o cenie, odnosząc poziom ceny do wartości rozwiązania dla klienta. Uczestnik finalizuje rozmowę sprzedażową poprzez ustalenie konkretnego kolejnego kroku.	UMIEJĘTNOŚCI Uczestnik przeprowadza symulację pierwszego kontaktu, formułując cel kontaktu, propozycję wartości oraz pytanie otwierające rozmowę. Uczestnik podczas symulowanej rozmowy formułuje pytania sytuacyjne, problemowe, implikacyjne oraz dotyczące potrzeby/korzyści i wykorzystuje uzyskane informacje do określenia potrzeb klienta. Uczestnik przedstawia rozwiązanie i wskazuje minimum dwa jego elementy odpowiadające wcześniej zidentyfikowanym potrzebom klienta. Uczestnik podczas symulacji identyfikuje obiekcję klienta, formułuje odpowiedź uwzględniającą jego perspektywę i przedstawia alternatywne ujęcie problemu. Uczestnik podczas symulacji uzasadnia cenę poprzez odniesienie do korzyści i wartości rozwiązania oraz odpowiada na pytanie lub obiekcję dotyczącą ceny. Uczestnik kończy symulowaną rozmowę poprzez sformułowanie konkretnego działania, terminu oraz odpowiedzialności stron.	Obserwacja w warunkach symulowanych
KOMPETENCJE SPOŁECZNE Uczestnik stosuje zasady etycznej i partnerskiej komunikacji w procesie sprzedaży oraz uwzględnia perspektywę klienta w budowaniu długofalowej relacji.	KOMPETENCJE SPOŁECZNE Uczestnik podczas symulacji prowadzi rozmowę w sposób nienachalny, uwzględnia potrzeby i perspektywę klienta oraz proponuje rozwiązanie adekwatne do zidentyfikowanych potrzeb.	Wywiad ustrukturyzowany 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

Dzień 1 · 9:00–10:30	Psychologia decyzji zakupowej. System 1 i 2 wg Kahnemana. Heurystyki w decyzjach B2B
Dzień 1 · 10:45–12:15	6 zasad wpływu Cialdiniego i ich etyczne zastosowanie
Dzień 1 · 13:00–14:30	Pierwszy kontakt — cold call, cold email, networking. Anatomia skutecznego otwarcia
Dzień 1 · 14:45–17:00	Model SPIN — warsztat strukturyzowanego badania potrzeb na realnych przypadkach uczestników
Dzień 2 · 9:00–10:30	Prezentacja rozwiązania — od listy funkcji do mapowania na bóle i cele klienta
Dzień 2 · 10:45–12:15	Praca z obiekcjami — technika uznania, zrozumienia, przeramowania. Symulacje
Dzień 2 · 13:00–14:30	Rozmowa o cenie — wartość versus koszt. Negocjacje z perspektywy psychologicznej
Dzień 2 · 14:45–16:30	Finalizacja — sygnały zakupowe, technika 'next step'. Praca z odroczeniem decyzji
Dzień 2 · 16:30–17:00	Walidacja efektów uczenia się i indywidualny plan rozwoju

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Psychologia decyzji zakupowych - system 1 i 2, heurystyki i neurobiologiczne mechanizmy decyzji zakupowych	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	02-11-2027	09:00	10:30	01:30
2 z 15 -	Przerwa	-	02-11-2027	10:30	10:45	00:15
3 z 15 Zasady wpływu społecznego Cialdiniego i ich zastosowanie w sprzedaży B2B	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	02-11-2027	10:45	12:15	01:30
4 z 15 -	Przerwa	-	02-11-2027	12:15	13:00	00:45
5 z 15 Pierwszy kontakt z klientem B2B - cold call, cold email, networking i konstrukcja skutecznego otwarcia rozmowy	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	02-11-2027	13:00	14:30	01:30
6 z 15 -	Przerwa	-	02-11-2027	14:30	14:45	00:15
7 z 15 Model SPIN - struktura badania potrzeb, formułowania pytań oraz ćwiczenia na przykładach sprzedażowych	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	02-11-2027	14:45	17:00	02:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 15 Prezentacja rozwiązania - dopasowanie artości rozwiązania do potrzeb i celów klienta	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	03-11-2027	09:00	10:30	01:30
9 z 15 -	Przerwa	-	03-11-2027	10:30	10:45	00:15
10 z 15 Praca z obiekcjami - uznanie, zrozumienie i przeramowani e. Ćwiczenia i symulacje	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	03-11-2027	10:45	12:15	01:30
11 z 15 -	Przerwa	-	03-11-2027	12:15	13:00	00:45
12 z 15 Rozmowa o cenie - wartość versus koszt. Psychologiczne aspekty negocjacji.	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	03-11-2027	13:00	14:30	01:30
13 z 15 -	Przerwa	-	03-11-2027	14:30	14:45	00:15
14 z 15 Finalizacja procesu sprzedażowego - sygnały zakupowe, ustalanie kolejnego kroku, praca z odroczeniem decyzji	Zajęcia	Katarzyna Bodziony	03-11-2027	14:45	16:30	01:45
15 z 15 -	Walidacja	-	03-11-2027	16:30	17:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00

Rodzaj godzin	Liczba godzin
w tym suma godzin zajęć	13:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

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	1 968,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



Katarzyna Bodziony

Katarzyna Bodziony jest psychologiem biznesu i trenerem, posiadającym doświadczenie w pracy z klientami indywidualnymi oraz organizacjami. W swojej działalności zawodowej łączy wiedzę z zakresu psychologii, komunikacji interpersonalnej i funkcjonowania człowieka w środowisku zawodowym z praktyką szkoleniową.

W ostatnich latach realizowała działania edukacyjne i szkoleniowe skierowane do osób pracujących w środowisku biznesowym, w tym menedżerów i pracowników organizacji. Prowadziła szkolenia i konsultacje dotyczące m.in. komunikacji, funkcjonowania zespołów, zarządzania stresem oraz psychologicznych aspektów pracy zawodowej.

Posiada również doświadczenie we współpracy z organizacjami biznesowymi, w tym przy opracowywaniu i realizacji programów z obszaru dobrostanu pracowników (wellbeing) oraz rozwoju kompetencji osób pełniących funkcje menedżerskie.

Doświadczenie zawodowe zdobywane w pracy szkoleniowej i konsultacyjnej pozwala jej na wykorzystywanie wiedzy psychologicznej w praktycznych działaniach związanych z komunikacją, budowaniem relacji z klientem oraz prowadzeniem rozmów w środowisku biznesowym.

Posiada przygotowanie do prowadzenia zajęć o charakterze wykładowym, warsztatowym i praktycznym, obejmujących analizę przypadków, ćwiczenia oraz symulacje sytuacji zawodowych.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Skrypt szkoleniowy z modelami SPIN, Challenger, Sandler (PDF, ok. 90 stron)
- Karta pytań SPIN do druku i użycia w realnych rozmowach
- Szablon przygotowania do rozmowy z klientem (account research, cele rozmowy, scenariusz)
- Bank obiekcji typowych dla różnych branż wraz z propozycjami odpowiedzi
- Indywidualny plan rozwoju kompetencji sprzedażowych (12 tygodni)
- Dostęp do platformy psyvera.pl z nagraniami modelowymi (90 dni)
- Certyfikat ukończenia szkolenia

Warunki uczestnictwa

Brak wymagań formalnych. Mile widziane minimum 6 miesięcy doświadczenia w sprzedaży lub kontaktach z klientem.

Informacje dodatkowe

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF ani w jakimkolwiek Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie lub swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu oraz zakwaterowania.

Adres

al. Aleja Juliusza Słowackiego 40/1
30-018 Kraków
woj. małopolskie

Szkolenie realizowane jest stacjonarnie w Krakowie, w sali szkoleniowej wyposażonej w stanowisko dla uczestnika, dostęp do Wi-Fi oraz niezbędne materiały szkoleniowe. Szkolenie ma charakter indywidualny – uczestniczy w nim jeden uczestnik oraz trener. Zajęcia obejmują część wykładową, ćwiczenia praktyczne, analizę przypadków oraz symulacje rozmów sprzedażowych. Do przeprowadzenia walidacji wykorzystywane są test wiedzy oraz ustrukturyzowana karta oceny zadania praktycznego.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



PAULINA GARBACZ

E-mail centrumleczenianowytarg@gmail.com

Telefon (+48) 577 730 077