



Fundacja Biznes
Odpowiedzialny
Społecznie

★★★★★ 4,9 / 5

1 027 ocen

Stosowanie technik sprzedaży bezpośredniej i online (cross-sell, up-sell)

Numer usługi 2026/10/15/12144/3881089

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 29.10.2026 do 30.10.2026

5 504,00 PLN brutto
5 504,00 PLN netto
344,00 PLN brutto/h
344,00 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie "Stosowanie technik sprzedaży bezpośredniej i online (cross-sell, up-sell)" skierowane jest do właścicieli i pracowników przedsiębiorstw z sektora handlu, prowadzących sprzedaż bezpośrednią lub online, a także planujących rozwój tych kanałów. Grupę docelową stanowią osoby odpowiedzialne za sprzedaż, obsługę klienta, prezentowanie oferty i budowanie relacji z klientami, w szczególności sprzedawcy, doradcy klienta, pracownicy sklepów stacjonarnych i internetowych oraz osoby zarządzające sprzedażą. Szkolenie odpowiada na potrzebę rozwijania umiejętności rozpoznawania potrzeb zakupowych, dopasowywania oferty oraz stosowania technik cross-sellingu i up-sellingu w kontakcie bezpośrednim i kanałach cyfrowych. Uczestnicy powinni posiadać podstawowe doświadczenie w sprzedaży lub obsłudze klienta w sektorze handlu, zdobyte podczas prowadzenia działalności lub pracy w sklepie stacjonarnym bądź internetowym.

Minimalna liczba uczestników

6

Maksymalna liczba uczestników

16

Data zakończenia rekrutacji

28-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do samodzielnego stosowania technik sprzedaży bezpośredniej i online w przedsiębiorstwach sektora handlu. Po ukończeniu szkolenia uczestnik dobiera techniki sprzedaży do potrzeb klienta, rodzaju oferty i etapu procesu zakupowego, tworzy argumentację sprzedażową oraz prezentuje ofertę z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych. Proponuje produkty uzupełniające i warianty o wyższej wartości, dostosowuje działania do zachowań klientów oraz łączy je z innymi działaniami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik dobiera techniki sprzedaży bezpośredniej i online do rodzaju oferty i etapu ścieżki zakupowej klienta	Uczestnik analizuje rodzaj oferty oraz etap ścieżki zakupowej klienta w kontekście doboru technik sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik identyfikuje techniki sprzedaży bezpośredniej i online możliwe do zastosowania w różnych sytuacjach sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera techniki sprzedaży odpowiednie do rodzaju oferty oraz etapu procesu zakupowego klienta	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje techniki zwiększające wartość koszyka zakupowego	Uczestnik identyfikuje techniki sprzedażowe służące zwiększaniu wartości koszyka zakupowego, takie jak cross-selling, up-selling czy rekomendacje produktów	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera techniki zwiększania wartości koszyka zakupowego odpowiednie do rodzaju oferty oraz sytuacji sprzedażowe	Test teoretyczny
	Uczestnik stosuje wybrane techniki sprzedażowe w celu zwiększenia wartości koszyka zakupowego	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik buduje skuteczną argumentację i stosuje techniki wywierania wpływu	Uczestnik identyfikuje potrzeby i oczekiwania klienta jako podstawę budowania argumentacji sprzedażowej	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik dobiera argumenty sprzedażowe oraz techniki wywierania wpływu odpowiednie do sytuacji sprzedażowej i rodzaju klienta Uczestnik formułuje spójną argumentację wspierającą decyzję zakupową klienta	Analiza dowodów i deklaracji Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik prezentuje ofertę z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych	Uczestnik dobiera narzędzia cyfrowe odpowiednie do prezentacji oferty, takie jak prezentacje multimedialne, platformy sprzedażowe, komunikatory lub media społecznościowe Uczestnik przygotowuje prezentację oferty uwzględniającą kluczowe informacje o produkcie lub usłudze oraz korzyści dla klienta	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przedstawia ofertę w sposób uporządkowany i zrozumiały z wykorzystaniem wybranych narzędzi cyfrowych	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik modyfikuje działania sprzedażowe w odpowiedzi na zachowania klientów	Uczestnik analizuje zachowania klientów w procesie sprzedaży, takie jak reakcje na ofertę, pytania klientów czy sposób podejmowania decyzji zakupowych	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik identyfikuje sytuacje wymagające zmiany sposobu prowadzenia działań sprzedażowych Uczestnik dostosowuje sposób prezentacji oferty lub stosowane techniki sprzedaży do zachowań i potrzeb klientów	Analiza dowodów i deklaracji Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik integruje techniki sprzedaży z działaniami marketingowymi	Uczestnik identyfikuje powiązania pomiędzy działaniami marketingowymi a procesem sprzedaży	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera techniki sprzedaży wspierające realizowane działania marketingowe	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik wskazuje sposoby wykorzystania działań marketingowych do zwiększenia skuteczności procesu sprzedaży	Test teoretyczny
	Uczestnik rozpoznaje potrzeby i oczekiwania klienta w procesie sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik wykazuje orientację na potrzeby i doświadczenie klienta	Uczestnik uwzględnia perspektywę i doświadczenia klienta podczas prowadzenia działań sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik proponuje rozwiązania sprzedażowe odpowiadające na potrzeby klienta oraz wspierające pozytywne doświadczenie zakupowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik dba o równowagę między celami sprzedażowymi a jakością obsługi	Uczestnik identyfikuje znaczenie jakości obsługi klienta w realizacji celów sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik uwzględnia potrzeby i satysfakcję klienta podczas realizacji działań sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje sposoby łączenia realizacji celów sprzedażowych z zapewnieniem wysokiej jakości obsługi klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik ponosi odpowiedzialność za sposób oddziaływania na decyzje zakupowe klientów	Uczestnik identyfikuje znaczenie jakości obsługi klienta w realizacji celów sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik uwzględnia potrzeby i satysfakcję klienta podczas realizacji działań sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje sposoby łączenia realizacji celów sprzedażowych z zapewnieniem wysokiej jakości obsługi klienta	Test teoretyczny
	Uczestnik identyfikuje znaczenie jakości obsługi klienta w realizacji celów sprzedażowych	Test teoretyczny
Uczestnik przestrzega zasad uczciwości i przejrzystości w sprzedaży online	Uczestnik uwzględnia potrzeby i satysfakcję klienta podczas realizacji działań sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje sposoby łączenia realizacji celów sprzedażowych z zapewnieniem wysokiej jakości obsługi klienta	Test teoretyczny
Uczestnik wykazuje orientację na osiągnięcie wyników sprzedażowych przy zachowaniu wysokiej jakości obsługi klienta	Uczestnik wyjaśnia znaczenie równoważenia celów sprzedażowych z zapewnieniem wysokiej jakości obsługi klienta	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje przykłady działań sprzedażowych, które sprzyjają jednocześnie zwiększaniu sprzedaży oraz budowaniu pozytywnego doświadczenia klienta	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik opisuje sposób podejmowania decyzji sprzedażowych uwzględniających zarówno wyniki sprzedaży, jak i satysfakcję klientów	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik dąży do doskonalenia umiejętności sprzedażowych w środowisku cyfrowym	Uczestnik wyjaśnia znaczenie ciągłego rozwijania kompetencji sprzedażowych w środowisku ecommerce	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje przykłady działań umożliwiających rozwijanie umiejętności sprzedażowych w środowisku cyfrowym (np. analiza wyników sprzedaży, korzystanie ze szkoleń, obserwacja dobrych praktyk)	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik opisuje sposób wykorzystywania informacji zwrotnych od klientów lub współpracowników do doskonalenia działań sprzedażowych	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik wyjaśnia pojęcie technik sprzedaży oraz wskazuje ich znaczenie w procesie sprzedaży bezpośredniej i internetowej	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje techniki sprzedaży stosowane w sprzedaży bezpośredniej i w e-commerce	Uczestnik wymienia przykłady technik sprzedaży stosowanych w sprzedaży bezpośredniej i w ecommerce, takich jak sprzedaż doradcza, cross-selling, up-selling czy rekomendacje produktów	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik opisuje różnice w stosowaniu technik sprzedaży w sprzedaży bezpośredniej oraz w środowisku cyfrowym	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik opisuje mechanizmy wpływu technik sprzedażowych na decyzje zakupowe klientów	Uczestnik wyjaśnia podstawowe mechanizmy wpływu technik sprzedażowych na decyzje zakupowe klientów	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje przykłady technik sprzedażowych oddziałujących na proces podejmowania decyzji przez klientów	Analiza dowodów i deklaracji
	Uczestnik opisuje znaczenie stosowania odpowiednich technik sprzedażowych w zwiększaniu skuteczności sprzedaży	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zna zasady budowania i prezentacji oferty w online	Uczestnik wyjaśnia podstawowe zasady budowania oferty sprzedażowej w środowisku online	Test teoretyczny
	Uczestnik wymienia elementy wpływające na atrakcyjność prezentacji oferty w sprzedaży internetowej, takie jak opis produktu, zdjęcia, cena, opinie klientów czy sposób prezentacji korzyści	Test teoretyczny
	Uczestnik opisuje znaczenie właściwej prezentacji oferty z uwzględnieniem prezentacji oferty na urządzeniach mobilnych dla zwiększenia zainteresowania klientów oraz skuteczności sprzedaży online	Analiza dowodów i deklaracji
Uczestnik charakteryzuje etapy procesu zakupowego klienta w kanałach cyfrowych	Uczestnik wyjaśnia pojęcie procesu zakupowego klienta w środowisku cyfrowym	Test teoretyczny
	Uczesnik wymienia i opisuje podstawowe etapy procesu zakupowego klienta w kanałach cyfrowych, takie jak rozpoznanie potrzeby, poszukiwanie informacji, porównanie ofert, podjęcie decyzji zakupowej oraz działania po zakupie	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje znaczenie poszczególnych etapów procesu zakupowego dla planowania działań marketingowych i sprzedażowych w kanałach cyfrowych	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opisuje zasady etycznego stosowania technik sprzedaży	Uczestnik wyjaśnia pojęcie etyki w sprzedaży oraz wskazuje jej znaczenie w relacjach z klientami	Test teoretyczny
	Uczestnik wymienia zasady etycznego stosowania technik sprzedaży, takie jak rzetelne informowanie o ofercie, poszanowanie decyzji klienta oraz unikanie wprowadzania w błąd	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wskazuje przykłady sytuacji sprzedażowych, w których stosowanie zasad etycznych ma szczególne znaczenie	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wskazuje przykłady technik sprzedaży zwiększających wartość koszyka zakupowego w e-commerce	Uczestnik wyjaśnia pojęcia technik sprzedaży zwiększających wartość koszyka zakupowego, takich jak cross-sell, up-sell oraz rekomendacje produktów	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje przykłady zastosowania technik zwiększających wartość koszyka zakupowego w serwisach e-commerce	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik opisuje wpływ zastosowania technik zwiększających wartość koszyka zakupowego na wyniki sprzedażowe sklepu internetowego	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje i kompetencje

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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Program usługi: Stosowanie technik sprzedaży bezpośredniej i online (cross-sell, up-sell)

1. Pretest – weryfikacja poziomu wiedzy przed rozpoczęciem szkolenia – 10 minut

2. Techniki sprzedaży i decyzje zakupowe klientów – 1 godzina 20 minut zajęć teoretycznych

- Sprzedaż doradcza, cross-selling, up-selling i rekomendacje produktów.
- Różnice między sprzedażą bezpośrednią a internetową.
- Mechanizmy wpływu na decyzje zakupowe klientów.
- Etapy ścieżki zakupowej w kanałach cyfrowych.

3. Budowanie oferty i etyka sprzedaży – 1 godzina 55 minut zajęć teoretycznych

- Elementy skutecznej oferty online: opis, zdjęcia, cena, korzyści i opinie.
- Prezentowanie oferty na urządzeniach mobilnych.
- Powiązanie sprzedaży z działaniami marketingowymi.
- Uczciwość, przejrzystość i poszanowanie decyzji klienta.
- Równowaga między wynikiem sprzedaży a jakością obsługi.

4. Rozpoznawanie potrzeb i dobór technik sprzedaży – 1 godzina 30 minut zajęć praktycznych

- Analiza potrzeb klienta i określanie etapu procesu zakupowego.
- Ćwiczenie zadawania pytań i doprecyzowywania oczekiwań.
- Dobór technik do produktu, kanału kontaktu i sytuacji klienta.
- Przygotowanie scenariusza rozmowy bezpośredniej i komunikacji online.

5. Cross-selling i up-selling w praktyce – 2 godziny zajęć praktycznych

- Dobór produktów uzupełniających i tworzenie zestawów.
- Proponowanie wariantu o wyższej wartości na podstawie korzyści dla klienta.
- Symulacje rozszerzania zakupu w sklepie stacjonarnym i internetowym.
- Ocena dopasowania rekomendacji do potrzeb i wartości koszyka.

6. Argumentacja i prezentowanie oferty cyfrowej – 2 godziny 15 minut zajęć praktycznych

- Przekładanie cech produktu na korzyści dla klienta.
- Przygotowanie argumentacji dopasowanej do oczekiwań odbiorcy.
- Dobór narzędzi cyfrowych do prezentacji oferty.
- Opracowanie opisu produktu i krótkiej prezentacji sprzedażowej.
- Stosowanie technik wpływu zgodnie z zasadami etyki.

7. Dostosowywanie sprzedaży do zachowań klientów – 1 godzina 35 minut zajęć praktycznych

- Interpretowanie pytań, wątpliwości i reakcji na ofertę.
- Modyfikowanie argumentacji oraz rekomendowanych produktów.
- Reagowanie na odmowę z poszanowaniem decyzji klienta.
- Symulacje rozmów łączących cele sprzedażowe z dbałością o relację.

8. Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań – 2 godziny 5 minut zajęć praktycznych

- Dobór technik sprzedaży do przykładowej kampanii promocyjnej.
- Przygotowanie spójnych rekomendacji w sklepie i kanałach cyfrowych.
- Analiza przykładowych wyników sprzedaży i informacji zwrotnych.
- Proponowanie usprawnień zwiększających wartość zakupów i satysfakcję klientów.
- Opracowanie planu zastosowania poznanych technik w przedsiębiorstwie.
- Wskazanie sposobów dalszego rozwijania kompetencji sprzedażowych.

9. Walidacja efektów uczenia się – 1 godzina

Liczba godzin usługi: 16 godzin zegarowych

1 godzina zegarowa = 60 minut.

- Zajęcia teoretyczne – 3 godziny 15 minut.
- Zajęcia praktyczne – 9 godzin 25 minut.
- Pretest – 10 minut.
- Walidacja – 1 godzina.
- Przerwy – 2 godziny 10 minut.

Format szkolenia – zdalne w czasie rzeczywistym na platformie LiveWebinar

- Interaktywne wykłady i prezentacje.
- Warsztaty indywidualne i zespołowe.
- Analiza ofert internetowych i studiów przypadków.
- Symulacje rozmów sprzedażowych i komunikacji online.
- Ćwiczenia z wykorzystaniem narzędzi cyfrowych oraz informacja zwrotna.

Walidacja – test wiedzy online i umiejętności z zakresu tematycznego szkolenia

- Forma: test teoretyczny (w formie pisemnej) oraz zadanie praktyczne – studium przypadku (w formie pisemnej)
- Czas przeznaczony na wykonanie testu: 60 minut
- Próg zaliczenia: 80%
- Metoda: test teoretyczny online w formie pisemnej, składający się z 20 pytań zamkniętych z wynikiem generowanym automatycznie, oraz pisemne zadanie praktyczne w formie studium przypadku, oceniane przez walidatora.
- Narzędzie: na czacie platformy LiveWebinar zostanie podany link do Google Forms z testem

Dokumentacja zaliczenia obejmuje:

- raporty logowań wygenerowane automatycznie przez platformę szkoleniową Livewebinar po zakończeniu każdego dnia szkoleniowego, archiwizowane przez organizatora oraz przekazywane operatorowi finansującemu w ramach dokumentacji rozliczeniowej usługi;
- wynik testu wiedzy z datą jego wykonania;
- potwierdzenie zaliczenia w postaci certyfikatu ukończenia szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 42

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 42 Pretest – weryfikacja poziomu wiedzy przed rozpoczęciem szkolenia	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	08:00	08:10	00:10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 42 Techniki sprzedaży i decyzje zakupowe klientów: sprzedaż doradcza, cross-selling, up-selling i rekomendacje produktów	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	08:10	08:30	00:20
3 z 42 Techniki sprzedaży i decyzje zakupowe klientów: różnice między sprzedażą bezpośrednią a internetową	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	08:30	08:50	00:20
4 z 42 -	Przerwa	-	29-10-2026	08:50	09:00	00:10
5 z 42 Techniki sprzedaży i decyzje zakupowe klientów: mechanizmy wpływu na decyzje zakupowe klientów	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	09:00	09:20	00:20
6 z 42 Techniki sprzedaży i decyzje zakupowe klientów: etapy ścieżki zakupowej w kanałach cyfrowych	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	09:20	09:40	00:20

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 42 Budowanie oferty i etyka sprzedaży: elementy skutecznej oferty online: opis, zdjęcia, cena, korzyści i opinie	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	09:40	10:00	00:20
8 z 42 -	Przerwa	-	29-10-2026	10:00	10:15	00:15
9 z 42 Budowanie oferty i etyka sprzedaży: prezentowanie oferty na urządzeniach mobilnych	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	10:15	10:35	00:20
10 z 42 Budowanie oferty i etyka sprzedaży: powiązanie sprzedaży z działaniami marketingowymi	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	10:35	11:00	00:25
11 z 42 Budowanie oferty i etyka sprzedaży: uczciwość, przejrzystość i poszanowanie decyzji klienta	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	11:00	11:25	00:25
12 z 42 Budowanie oferty i etyka sprzedaży: równowaga między wynikiem sprzedaży a jakością obsługi	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	11:25	11:50	00:25

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 42 -	Przerwa	-	29-10-2026	11:50	12:00	00:10
14 z 42 Rozpoznawanie potrzeb i dobór technik sprzedaży: analiza potrzeb klienta i określanie etapu procesu zakupowego	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	12:00	12:20	00:20
15 z 42 Rozpoznawanie potrzeb i dobór technik sprzedaży: ćwiczenie zadawania pytań i doprecyzowywanie oczekiwań	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	12:20	12:40	00:20
16 z 42 Rozpoznawanie potrzeb i dobór technik sprzedaży: dobór technik do produktu, kanału kontaktu i sytuacji klienta	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	12:40	13:00	00:20
17 z 42 Rozpoznawanie potrzeb i dobór technik sprzedaży: przygotowanie scenariusza rozmowy bezpośredniej i komunikacji online	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 42 Cross-selling i up-selling w praktyce: dobór produktów uzupełniających i tworzenie zestawów	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	13:30	14:00	00:30
19 z 42 -	Przerwa	-	29-10-2026	14:00	14:30	00:30
20 z 42 Cross-selling i up-selling w praktyce: proponowanie wariantu o wyższej wartości na podstawie korzyści dla klienta	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	14:30	15:00	00:30
21 z 42 Cross-selling i up-selling w praktyce: symulacje rozszerzania zakupu w sklepie stacjonarnym i internetowym	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	15:00	15:30	00:30
22 z 42 Cross-selling i up-selling w praktyce: ocena dopasowania rekomendacji do potrzeb i wartości koszyka	Zajęcia	Michał Suszał	29-10-2026	15:30	16:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
23 z 42 Argumentacja i prezentowani e oferty cyfrowej: przekładanie cech produktu na korzyści dla klienta	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	08:00	08:20	00:20
24 z 42 Argumentacja i prezentowani e oferty cyfrowej: przygotowani e argumentacji dopasowanej do oczekiwań odbiorcy	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	08:20	08:50	00:30
25 z 42 -	Przerwa	-	30-10-2026	08:50	09:00	00:10
26 z 42 Argumentacja i prezentowani e oferty cyfrowej: dobór narzędzi cyfrowych do prezentacji oferty	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	09:00	09:30	00:30
27 z 42 Argumentacja i prezentowani e oferty cyfrowej: opracowanie opisu produktu i krótkiej prezentacji sprzedażowej	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	09:30	10:00	00:30
28 z 42 -	Przerwa	-	30-10-2026	10:00	10:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 42 Argumentacja i prezentowani e oferty cyfrowej: stosowanie technik wpływu zgodnie z zasadami etyki	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	10:15	10:40	00:25
30 z 42 Dostosowywa nie sprzedaży do zachowań klientów: interpretowan ie pytań, wątpliwości i reakcji na ofertę	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	10:40	11:00	00:20
31 z 42 Dostosowywa nie sprzedaży do zachowań klientów: modyfikowani e argumentacji oraz rekomendowa nych produktów	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	11:00	11:25	00:25
32 z 42 Dostosowywa nie sprzedaży do zachowań klientów: reagowanie na odmowę z poszanowani em decyzji klienta	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	11:25	11:50	00:25
33 z 42 -	Przerwa	-	30-10-2026	11:50	12:00	00:10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
34 z 42 Dostosowywanie sprzedaży do zachowań klientów: symulacje rozmów łączących cele sprzedażowe z dbałością o relację	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	12:00	12:25	00:25
35 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: dobór technik sprzedaży do przykładowej kampanii promocyjnej	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	12:25	12:50	00:25
36 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: przygotowanie spójnych rekomendacji w sklepie i kanałach cyfrowych	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	12:50	13:15	00:25
37 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: analiza przykładowych wyników sprzedaży i informacji zwrotnych	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	13:15	13:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
38 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: proponowanie usprawnień zwiększających wartość zakupów i satysfakcję klientów	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	13:30	13:45	00:15
39 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: opracowanie planu zastosowania poznanych technik w przedsiębiorstwie	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	13:45	14:00	00:15
40 z 42 -	Przerwa	-	30-10-2026	14:00	14:30	00:30
41 z 42 Integracja sprzedaży z marketingiem i doskonalenie działań: wskazanie sposobów dalszego rozwijania kompetencji sprzedażowych	Zajęcia	Michał Suszał	30-10-2026	14:30	15:00	00:30
42 z 42 -	Walidacja	-	30-10-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	12:50
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:10
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:20

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 504,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 504,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	344,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	344,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Michał Susfał

Michał Susfał – magister edukacji techniczno-informatycznej o specjalności nauczycielskiej, trener i wykładowca z wieloletnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń informatycznych, e-learningowych i biznesowych. Jest autorem książek „Jak automatyzować i organizować procesy

biznesowe?” oraz „Moodle. Ćwiczenia praktyczne”. Prowadził szkolenia z obsługi narzędzi cyfrowych, e-commerce i technologii informacyjnych, co uzasadnia przygotowanie do prowadzenia szkolenia z zarządzania nadinstrukcjami AI.

Trener posiada doświadczenie nabyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzyma imienny certyfikat potwierdzający ukończenie szkolenia „Stosowanie technik sprzedaży bezpośredniej i online (cross-sell, up-sell)”, wydany przez Fundację Biznes Odpowiedzialny Społecznie, zawierający zakres tematyczny, liczbę godzin oraz potwierdzenie nabytych efektów uczenia się. Uczestnicy otrzymają również materiały dydaktyczne w formie prezentacji multimedialnej opracowanej specjalnie na potrzeby szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Uczestnictwo w minimum 80% całkowitej liczby godzin zegarowych usługi (1 godzina zegarowa = 60 minut). Dla usługi obejmującej 16 godzin zegarowych oznacza to obowiązek uczestnictwa w minimum 13 godzinach. Obecność jest potwierdzana na podstawie indywidualnych raportów logowań z części zdalnej realizowanej w czasie rzeczywistym na platformie LiveWebinar. Zaliczenie szkolenia następuje po spełnieniu warunku obecności oraz po pozytywnym ukończeniu walidacji, obejmującej test teoretyczny i zadanie praktyczne, zgodnie z kryteriami określonymi w karcie usługi.

Raporty z logowania zawierają:

- pełną nazwę firmy kierującej uczestnika na szkolenie, numer ID usługi oraz datę przeprowadzenia szkolenia;
- imię i nazwisko uczestnika oraz datę i godzinę rozpoczęcia i zakończenia każdego logowania;
- całkowity czas aktywnej obecności na platformie, wyrażony w minutach.

Informacje dodatkowe

- Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem/stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
- Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych tj. za godzinę usługi szkoleniowej rozumie się 60 minut. Pretest, walidacja i przerwy wliczają się w czas trwania usługi. Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.
- Usługa jest realizowana przez podmiot spełniający wymagania określone w Rozporządzeniu Ministra Funduszy i Polityki Regionalnej z dnia 28.07.2023 r. w sprawie rejestru podmiotów świadczących usługi rozwojowe (Dz.U. z 2023 r. poz. 1686).
- Usługa zwolniona z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy o VAT w zw. z § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia MF z 20.12.2013 r.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia z dostępem do Internetu o przepustowości co najmniej 5 Mb/s, wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje

Szkolenie realizowane w formie zdalnej będzie prowadzone na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z następujących przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

Kody dostępne do usługi:

Szkolenie będzie odbywać się za pośrednictwem platformy LiveWebinar. Program umożliwia prezentację ekranu:
<https://livewebinar.com/860-895-234>

Okres ważności linku do usługi – 29.10.2026 do 30.10.2026 od godziny 08:00 do godziny 16:05. Uczestnicy, trener oraz operator otrzymają drogą mailową dane dostępowe, tj. link i hasło, przed rozpoczęciem szkolenia.

Kontakt



Natalia Wiluk

E-mail rozwojowe@bosfundacja.pl

Telefon (+48) 694 944 583