



FUNDACJA
ROZWOJU
KOMPETENCJI I
PRZEDSIĘBIORCZO
ŚCI PROAKTYWNI



Akademia Sprzedaży i Negocjacji

Numer usługi 2025/02/27/137673/2587652

📍 Kraków / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 04.09.2025 do 15.11.2025

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Identyfikator projektu	Małopolski Pociąg do kariery
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Do udziału w szkoleniu zapraszamy sprzedawców, przedstawicieli handlowych, doradców klienta oraz wszystkich tych, którzy na co dzień mają bezpośredni kontakt z klientem.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	14
Data zakończenia rekrutacji	28-08-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwinięcie wśród uczestników umiejętności efektywnej sprzedaży i skutecznych negocjacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: Uczestnik po udziale w szkoleniu: • zna skuteczne i sprawdzone techniki oraz zasady, niezbędne w pracy profesjonalnego sprzedawcy, przedstawiciela handlowego, czy osoby obsługującej klientów; • zna techniki prowadzenia profesjonalnej rozmowy handlowej zmierzającej do skutecznej finalizacji. • wie, co jest szczególnie ważne w profesjonalnym prezentowaniu siebie, firmy, rozwiązań, produktów i usług; • zna zasady dotyczące prowadzenia negocjacji w sprzedaży; • zna techniki pomagające zwiększać sprzedaż; • zna najlepsze praktyki marketingowe wykorzystywane w dzisiejszych czasach; • zna zasady budowanie strategii sprzedażowej w oparciu o proces prospectingowy; • wie, czym jest Personal Branding w sprzedaży i jakie są jego założenia; • zna zasady dotyczące kreowania wizerunku profesjonalnego handlowca; • zna modele i trendy sprzedażowe obowiązujące wczoraj i dziś; • wie, jakie są jego swoje mocne strony w sprzedaży oraz obszary do rozwoju.	Uczestnik posiada ugruntowaną wiedzę teoretyczną z zakresu tematyki szkolenia.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI: Uczestnik po udziale w szkoleniu: • rozpoznaje różnorakie typy klientów oraz potrafi dostosować sposób komunikacji do zdiagnozowanego typu klienta; • potrafi prowadzić rozmowę z klientem tak, aby w naturalny sposób zmierzała do finalizacji sprzedaży; • potrafi używać zwrotów przydatnych i często niezbędnych w sprzedaży; • potrafi identyfikować swoje mocne strony jako sprzedawcy i obszary do rozwoju.	Uczestnik rozwiązuje case study przy współpracy z innymi kursantami, poprzez analizę danego przypadku i zaproponowanie rozwiązania.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Uczestnik po udziale w szkoleniu: • potrafi efektywnie komunikować się z innymi oraz wywierać wpływ na innych, aby osiągnąć zamierzone cele.	Uczestnik rozwiązuje case study przy współpracy z innymi kursantami, poprzez analizę danego przypadku i zaproponowanie rozwiązania.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak - Dokument zawiera opis efektów uczenia.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak - Walidacja zostanie przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane wcześniej kryteria weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak - Walidację przeprowadza osoba, która nie prowadziła zajęć.

Program

1. Marka mojego produktu/ usługi.

a. Czym jest marka, którą reprezentuję i co o niej wiem?

- Wizerunek i wartości marki
- Przewaga konkurencyjna- wyróżniki marki

b. Jaka jest strategia marketingowa mojej firmy?

- Segmentacja rynku- identyfikacja grup docelowych
- Sposoby dotarcia do potencjalnego klienta

c. Jakie potrzeby klienta zapewnia produkt/usługa, którą oferuję, czyli: „Dlaczego mam to kupić?”

d. Najlepsze praktyki marketingowe obowiązujące w dzisiejszych czasach

e. Strategia sprzedaży, czyli mój proces prospectingowy- proces poszukiwania klienta

- Jaki jest mój cel sprzedażowy?- definiowanie indywidualnych celów sprzedażowych
- Kim jest mój klient?- definiowanie profilu mojego klienta
- Gdzie znaleźć klienta?- definiowanie źródeł klientów
- Jak dotrzeć do klienta?- definiowanie metod dotarcia do klienta

2. Moja marka osobista, czyli Personal Branding w sprzedaży

a. Marka własna

- Czym jest marka własna i co się na nią składa?
- Proces budowania marki własnej
- Podstawowe założenia „Personal Brandingu”, jako narzędzia do budowania trwałych i efektywnych relacji z partnerami biznesowymi i klientami

b. Kreowanie wizerunku profesjonalnego handlowca

- Elementy etykiety biznesowej
- Biznesowy „dress code”
- Diagnoza naturalnych predyspozycji i wspierających cech osobowościowych
- Przygotowanie do spotkania biznesowego
- Efekt pierwszego wrażenia

c. Body language- wykorzystanie komunikacji niewerbalnej w kontakcie z klientem

d. Komunikacja werbalna i jej wpływ na klienta

e. Spójność marki mojego produktu/usługi z moją marką osobistą

3. Mój proces sprzedaży

a. Czym tak naprawdę jest sprzedaż?

- Sprzedaż wczoraj i dziś- modele i trendy sprzedażowe
- Schematy myślenia o sprzedaży i ich eliminowanie
- Dlaczego jestem sprzedawcą?- czyli o motywacji wewnętrznej

- b. Struktura procesu sprzedaży
 - Otwarcie i budowanie relacji w sprzedaży
 - Aktywne słuchanie i badanie potrzeb klienta
 - Język korzyści w sprzedaży
 - Zamknięcie sprzedaży
 - c. Psychologia zachowań klienta
 - Rodzaje osobowości klientów- typologia klienta
 - Psychologiczne uwarunkowania zachowań konsumentów
 - d. Iluzoryczna moc trików sprzedażowych
 - Omówienie najczęściej wykorzystywanych przez handlowców trików sprzedażowych
 - Wskazanie mocnych i słabych stron bazowania na trikach podczas sprzedaży
 - e. Powody oporu i zastrzeżeń klienta, m.in. stereotypy, brak relacji, niedostosowanie przebiegu rozmowy do potrzeb klienta, brak umiejętnego uświadomienia korzyści
 - f. Radzenie sobie z oporem i zastrzeżeniami w sprzedaży, czyli:
 - Kim jest tzw. „trudny klient” i jak z nim postępować?
 - „To jest za drogie!”, czyli jak wpływać na obiekcje klienta związane z ceną
 - „Zawiodłem się na Was!”- czyli jak radzić sobie z reklamacjami klientów
 - „Rację mam ja!”- jak postępować z klientem błędnie przekonanym o swojej racji
 - „Jesteśmy partnerami”- asertywność w relacji handlowiec- klient
 - g. „Sprzedałem i co dalej?”- jak powinien wyglądać profesjonalny serwis posprzedażowy
 - h. Nowe trendy w sprzedaży
4. Negocjacje w sprzedaży
- a. Jaki jest cel negocjacji w sprzedaży
 - b. Zanim zaczniemy negocjować (gromadzenie informacji; bufor negocjacyjny – BATNA; punkty zwrotne)
 - c. Rodzaje/style procesów negocjacyjnych
 - d. Strategie negocjacyjne / nastawienie negocjacyjne
 - e. Główne etapy w negocjacjach
 - f. Techniki negocjacyjne
 - g. Win-win w negocjacjach: Jak dążyć do sytuacji win-win, w której obie strony czują, że wygrały?

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Szczepanek

Anna Szczepanek- Certyfikowany trener biznesu, coach i doradca biznesowy. Na swoim koncie ma ponad 7000 godzin pracy doradczej, szkoleniowej i superwizyjnej oraz ponad 3000 godzin pracy coachingowej.

Specjalizuje się w szkoleniach i doradztwie biznesowym z zakresu sprzedaży i obsługi klienta, zarządzania pracownikami oraz wyzwiania potencjału pracowniczego. Skutecznie prowokuje do odkrywania i rezygnacji z utartych schematów myślenia hamujących rozwój i zastąpienia ich twórczym podejściem.

- Na jej koncie jest ponad 7000 godzin pracy szkoleniowej, doradczej i superwizyjnej oraz ponad 3000

godzin coachingu indywidualnego

- Prowadzi szkolenia:

- sprzedażowe

- menedżerskie

- umiejętności osobistych (m.in. „Współpraca w zespole”; „Efektywność osobista”; „Komunikacja interpersonalna”)

- Doradza m.in. w zakresie sprzedaży, zarządzania pracownikami i wyzwiania potencjału pracowniczego (optymalizacja wykorzystania posiadanych zasobów)

- Prowadzi Assessment i Development Center pod kątem selekcji i doboru oraz awansu pracowników

- Projektuje autorskie programy szkoleniowe

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały elektroniczne opracowane przez prowadzącego szkolenie.

Informacje dodatkowe

Terminy szkoleń zostaną ustalone wspólnie po zebraniu się grupy i skonsultowaniu potrzeb poszczególnych uczestników. Harmonogram zostanie umieszczony co najmniej 5 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

W szkoleniu mogą wziąć udział osoby z projektu Małopolski Pociąg do Kariery, Marr Bony Nowa Perspektywa, Kierunek-Rozwój oraz osoby spoza projektu. Prosimy o kontakt w sprawie szczegółów.

Adres

pl. gen. Władysława Sikorskiego 2

31-115 Kraków

woj. małopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Fundacja Proaktywni

E-mail poczta@fundacjaproaktywni.pl

Telefon (+48) 533 442 199