



Sprzedaż i współpraca w branży farmaceutycznej – skuteczność bez napięć.

Numer usługi 2025/08/11/135606/2932816

3 936,00 PLN brutto
3 200,00 PLN netto
246,00 PLN brutto/h
200,00 PLN netto/h

DRS SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 5,0 / 5

122 oceny

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 23.10.2025 do 30.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do pracowników hurtowni farmaceutycznych oraz firm dystrybucyjnych w branży medycznej, w szczególności do:

- reprezentantów handlowych,
- specjalistów ds. importu i eksportu,
- specjalistów ds. sprzedaży (w tym e-commerce),
- kierowników zmiany,
- pracowników biurowych obsługujących klientów B2B,
- specjalistów ds. refundacji środków pomocniczych,
- kadry kierowniczej działów sprzedaży i obsługi klienta.

Poziom zaawansowania: **średniozaawansowany** – uczestnik powinien posiadać doświadczenie w sprzedaży lub obsłudze klienta i znajomość podstaw branży farmaceutycznej.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

26

Data zakończenia rekrutacji

22-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest podniesienie kompetencji sprzedażowych i komunikacyjnych pracowników hurtowni farmaceutycznych poprzez opanowanie narzędzi DISC, technik sprzedaży doradczej, metod radzenia sobie z obiekcjami klientów oraz zasad skutecznej współpracy między działami. Uczestnicy nauczą się dopasowywać argumenty do typu rozmówcy, budować trwałe relacje handlowe, finalizować sprzedaż w różnych kanałach oraz dbać o wizerunek firmy jako partnera biznesowego.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozpoznaje styl zachowania klienta i dopasowuje argumentację	Przyporządkowanie typu DISC na podstawie opisu sytuacji i dobór odpowiednich argumentów	Obserwacja w warunkach symulowanych
Stosuje techniki sprzedaży doradczej i cross-sellingu w farmacji	Opracowanie oferty rozszerzonej dla wskazanego klienta	Analiza dowodów i deklaracji
Radzi sobie z obiekcjami klientów, zachowując relację handlową	Przygotowanie odpowiedzi na 3 typowe obiekcje	Prezentacja
Finalizuje sprzedaż w kanałach B2B i e-commerce	Zaplanowanie 3 kroków zamykających transakcję	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje zasady efektywnej komunikacji wewnętrznej w procesie sprzedaży	Dobór formy przekazu i kanału komunikacji do rodzaju informacji	Wywiad ustrukturyzowany
Buduje kulturę pracy sprzedażowej opartą na szacunku i wizerunku partnera	Propozycja min. 3 zasad kultury sprzedażowej z uzasadnieniem	Debata ustrukturyzowana

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

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

TAK

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

TAK

Program

Dzień 1 – Skuteczna sprzedaż i obsługa klienta w farmacji

Blok 1.1 – DISC w sprzedaży i obsłudze klienta

- Rozpoznawanie stylu rozmówcy (farmaceuta, kierownik apteki, placówka medyczna, klient e-commerce)
- Dopasowanie argumentów do priorytetów klienta: cena, dostępność, termin, jakość
- Tworzenie języka korzyści dla różnych typów osobowości
- Prowadzenie rozmowy sprzedażowej w oparciu o DISC w celu skrócenia procesu decyzyjnego

Blok 1.2 – Techniki pozyskiwania i utrzymywania klienta

- Sprzedaż doradcza w branży farmaceutycznej
- Budowanie relacji handlowych na lata
- Cross-selling i up-selling w zamówieniach leków, suplementów i sprzętu medycznego
- Zachęcanie do zamówień powtarzalnych

Blok 1.3 – Rozbijanie obiekcji i tłumaczenie opóźnień

- Typowe obiekcje: brak towaru, różnica cenowa, zamienniki, refundacja
- Reakcja bez utraty wiarygodności
- Informowanie o problemach bez psucia relacji handlowej
- Warsztat „Nie mamy jeszcze dostawy – i co teraz?” – symulacje rozmów

Blok 1.4 – Finalizacja sprzedaży i utrzymanie klienta

- Jak doprowadzić do decyzji zakupowej
- Techniki domykania transakcji w rozmowie telefonicznej i e-mailowej
- Potransakcyjna obsługa klienta – zapewnienie kolejnych zamówień

Dzień 2 – Współpraca między działami i kultura sprzedaży w firmie

Blok 2.1 – Komunikacja wewnętrzna wg DISC

- Wpływ stylu osobowości na przekazywanie i odbiór informacji
- Parafraza, pytania i klaryfikacja w ustaleniach między działami sprzedaży, importu/eksportu, refundacji i logistyki
- Jak przekazywać informacje, aby przyspieszyć proces realizacji zamówienia

Blok 2.2 – Sprzedaż zespołowa – współpraca jako element procesu handlowego

- Dlaczego dział sprzedaży i obsługi klienta powinny myśleć jak jeden organizm
- Współpraca przy realizacji trudnych zleceń (np. pilne dostawy leków refundowanych)
- Przekazywanie leadów i szans sprzedażowych między działami

Blok 2.3 – Szacunek i kultura pracy sprzedażowej

- Mikro-zachowania budujące lub niszczące atmosferę sprzedażową
- Kultura bez pasywnej agresji i „trudnych rozmów na zapleczu”
- Wspieranie kolegów w sytuacjach nadmiaru zamówień

Blok 2.4 – Budowanie wizerunku firmy jako partnera biznesowego

- Jak postawa handlowca wpływa na reputację firmy
- Wizerunek w rozmowie telefonicznej, e-mailu i kontakcie osobistym
- Efekty długofalowej, spójnej komunikacji handlowej

Walidacja efektów uczenia się realizowana jest po zakończeniu części merytorycznej jako osobny element programu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Blok 1.1 – DISC w sprzedaży i obsłudze klienta	Karolina Śliwińska	23-10-2025	08:00	10:00	02:00
2 z 15 Przerwa kawowa	Karolina Śliwińska	23-10-2025	10:00	10:15	00:15
3 z 15 Blok 1.2 – Techniki pozyskiwania i utrzymywania klienta	Karolina Śliwińska	23-10-2025	10:15	12:15	02:00
4 z 15 Przerwa obiadowa	Karolina Śliwińska	23-10-2025	12:15	12:45	00:30
5 z 15 Blok 1.3 – Rozbijanie obiekcji i tłumaczenie opóźnień	Karolina Śliwińska	23-10-2025	12:45	14:45	02:00
6 z 15 Przerwa kawowa	Karolina Śliwińska	23-10-2025	14:45	15:00	00:15
7 z 15 Blok 1.4 – Finalizacja sprzedaży i utrzymanie klienta	Karolina Śliwińska	23-10-2025	15:00	16:00	01:00
8 z 15 Blok 2.1 – Komunikacja wewnętrzna wg DISC	Karolina Śliwińska	30-10-2025	08:00	10:00	02:00
9 z 15 Przerwa kawowa	Karolina Śliwińska	30-10-2025	10:00	10:15	00:15
10 z 15 Blok 2.2 – Sprzedaż zespołowa – współpraca jako element procesu handlowego	Karolina Śliwińska	30-10-2025	10:15	12:15	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 15 Przerwa obiadowa	Karolina Śliwińska	30-10-2025	12:15	12:45	00:30
12 z 15 Blok 2.3 – Szacunek i kultura pracy sprzedażowej	Karolina Śliwińska	30-10-2025	12:45	14:15	01:30
13 z 15 Przerwa kawowa	Karolina Śliwińska	30-10-2025	14:15	14:30	00:15
14 z 15 Blok 2.4 – Budowanie wizerunku firmy jako partnera biznesowego	Karolina Śliwińska	30-10-2025	14:30	15:00	00:30
15 z 15 Walidacja efektów uczenia się (test, analiza przypadków, obserwacja)	-	30-10-2025	15:00	16:00	01:00

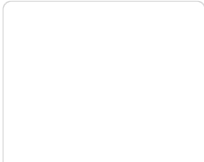
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 936,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1
Karolina Śliwińska



Trener z wieloletnim doświadczeniem. Zajmuje się prowadzeniem szkoleń i doradztwa związanego z prowadzeniem przedsiębiorstw. W swojej ponad 20 letniej karierze zawodowej przeprowadziła kilka tysięcy godz. szkoleniowych i doradztwa w zakresie przedsiębiorczości (zakładanie i prowadzenie działalności gospodarczej, biznesplan, marketing, aktywna sprzedaż, obsługa klienta, zarządzanie), komunikacji (specjalizacja: komunikacja interpersonalna, typologia osobowości). Z wykształcenia psycholog kliniczny i socjolog. Ukończyła Uniwersytet SWPS oraz Uniwersytet im. Adama Mickiewicza Wydział Prawa i Administracji (mediacje i negocjacje). Certyfikowany trener biznesu i coach. (Grupa SET).

Posiada wymagane doświadczenie - co najmniej 120 godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce dla osób dorosłych w ostatnich dwóch latach (24 miesiącach) wstecz od dnia rozpoczęcia szkolenia z zakresu sprzedaży i komunikacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma indywidualny pakiet materiałów szkoleniowych, obejmujący:

- skrypt szkoleniowy w formacie PDF zawierający treści merytoryczne omawiane podczas zajęć,
- zestaw ćwiczeń i formularzy praktycznych do pracy warsztatowej oraz pracy własnej,
- prezentację multimedialną,
- materiały uzupełniające: wzory komunikatów asertywnych, przykładowe strategie dopasowane do stylów osobowości, checklisty mikrozachowań,
- formularze autoewaluacji i arkusze refleksji wspierające utrwalenie nabytych kompetencji,
- zaświadczenie ukończenia szkolenia wraz z opisem osiągniętych efektów uczenia się oraz informacją o zastosowanych metodach walidacji.

Warunki uczestnictwa

- Uczestnik zobowiązany jest do obecności na min. 80% godzin dydaktycznych oraz aktywnego udziału w ćwiczeniach i walidacji.
- Szkolenie skierowane wyłącznie do osób zatrudnionych w mikro-, małych lub średnich przedsiębiorstwach w branży farmaceutycznej lub medycznej (m.in. hurtownie farmaceutyczne, firmy dystrybucyjne, apteki), w działach sprzedaży, obsługi klienta, logistyki, importu/eksportu, refundacji.
- Udział w szkoleniu możliwy po **zakwalifikowaniu przez organizatora** na podstawie przesłanej dokumentacji.
- Brak przeciwwskazań zdrowotnych do udziału w warsztatowej formie zajęć.
- Poziom średniozaawansowany

Informacje dodatkowe

Harmonogram szkolenia został rozpisany w godzinach zegarowych (2 dni × 8h = 16h). Liczba godzin usługi w systemie BUR odnosi się do godzin dydaktycznych (1h = 45 minut). Różnica między czasem zegarowym a dydaktycznym obejmuje zaplanowane przerwy (kawowe i obiadowe), walidację efektów uczenia się oraz przerwę końcową o charakterze organizacyjnym. Bloki dydaktyczne i walidacja zostały wskazane osobno w harmonogramie.

Walidacja oraz przerwy wliczone w czas trwania i koszt usługi.

Walidator: Piotr Kozak – nie prowadzi zajęć dydaktycznych.

Walidacja została przypisana osobie niezależnej od realizacji części szkoleniowej, zgodnie z zasadami rozdzielania procesu kształcenia i oceny efektów uczenia się, wynikającymi z Instrukcji wypełniania Karty Usługi BUR.

Adres

ul. Wodna 7/1

60-782 Poznań

woj. wielkopolskie

Szkolenie realizowane stacjonarnie w sali szkoleniowej: ul. Wodna 7/1, 60-782 Poznań. Lokal zlokalizowany w centrum miasta, z dostępem do komunikacji miejskiej, klimatyzowany, wyposażony w rzutnik, ekran, flipchart, zaplecze sanitarne i cateringowe.

W przypadku szczególnych potrzeb uczestników prosimy o kontakt 7 dni przed terminem.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- zaplecze socjalne, flipchart, projektor, dostęp do drukowanych materiałów

Kontakt



Piotr Kozak

E-mail piotrkozak.tbr@gmail.com

Telefon (+48) 531 771 885