



HDA- Centrum
Szkolenia,
Doradztwa
Finansowego i
Biznesu Hubert
Durlik

★★★★★ 4,9 / 5

1 160 ocen

Nowoczesny handel i negocjacje w erze transformacji rynkowej

Numer usługi 2025/11/17/9521/3153320

📍 Kielce / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 07.03.2026 do 21.03.2026

7 200,00 PLN brutto

7 200,00 PLN netto

180,00 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Edukacja

Grupa docelowa usługi

Usługa jest skierowana do Kluczowych Użytkowników Biznesowych, którzy potrzebują strategicznych kompetencji w zakresie handlu, psychologii, analityki oraz cyfrowej transformacji procesów zakupowo-sprzedażowych.

Szkolenie dedykowane jest dla osób, które dopiero chcą zdobyć umiejętności negocjacyjne w erze transformacji rynkowej i tych, które już negocjują, ale chcą odświeżyć wiedzę i poznać nowe taktyki negocjacyjne, by podnieść rentowność sprzedawanych usług.

→ Dla dyrektorów i managerów.

→ Dla przedstawicieli handlowych i handlowców.

→ Dla wszystkich osób, które chcą rozwinąć swoją wiedzę i praktyczne umiejętności w obszarze elastycznych negocjacji handlowych.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

06-03-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

40

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Nowoczesny handel i negocjacje w erze transformacji rynkowej" przygotowuje do samodzielnego zrozumienia natury nowoczesnego handlu, opanowania praktycznych technik negocjacyjnych oraz optymalizacji własnych strategii negocjacyjnych. Szkolenie kładzie nacisk nie tylko na teoretyczne podstawy, ale przede wszystkim na praktyczne aspekty, które uczestnicy mogą od razu wykorzystać w realnych sytuacjach biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik efektywnie komunikuje się, negocjuje, prowadzi mediacje w zespole, integrując zasady zrównoważonego rozwoju.	Uczestnik demonstruje praktyczne zastosowanie zrównoważonych zasad w komunikacji zespołowej, mediacjach, negocjacjach podczas ćwiczeń symulacyjnych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik tworzy plany negocjacji handlowych w praktyce	Uczestnik rozróżnia style negocjacyjne, strategie win-win vs. win-lose	Test teoretyczny
	Uczestnik przedstawia różnice w negocjacjach zakupowych i sprzedażowych	Test teoretyczny
	Uczestnik omawia różnice kulturowe w komunikacji	Test teoretyczny
	Uczestnik zarządza stresem i emocjami	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik opisuje zasady ekspozycji na półce	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje strategie sprzedaży, marketingu i integracji danych	Uczestnik dokonuje interpretacji wpływu promocji, rabatów, programów partnerskich na politykę cenową	Test teoretyczny
	Uczestnik prezentuje zasady współpracy między działem zakupów a sprzedażą	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje nowe narzędzia i kanały komunikacji	Uczestnik opisuje działanie AI w handlu i marketingu	Test teoretyczny
	Uczestnik dokonuje opisu jak tworzyć i prezentować ofertę w modelu B2B	Test teoretyczny

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

Ramowy program usługi:

DZIEŃ 1 – FUNDAMENTY STRATEGII HANDLOWEJ I MARKETINGOWEJ

Czas	Temat	Forma
9:00 – 9:15	Wprowadzenie, omówienie celów i oczekiwań.	Mini-wykład
9:15 – 10:30	Wprowadzenie do współczesnego handlu: Rola handlowca „Challengera”, kompetencje handlowca przyszłości, od sprzedaży do budowania wartości.	Dyskusja, Case Study
10:30 – 10:45	<i>Przerwa kawowa</i>	
10:45 – 12:45	Marketing w handlu B2B i B2C: Współpraca Sprzedaż-Marketing, Narzędzia marketingowe wspierające. Storytelling produktowy i jego wpływ na decyzje zakupowe.	Warsztaty
12:45 – 13:45	<i>Przerwa obiadowa</i>	
13:45 – 15:15	Lejki sprzedażowe – teoria i praktyka: Konstrukcja i analiza etapów. Wpływ lejka na różne pokolenia.	Mini-wykład, Ćwiczenie w grupach
15:15 – 15:30	<i>Przerwa kawowa</i>	

15:30 – 17:00	Automatyzacja marketingu i CRM w procesie sprzedaży: Rola CRM, narzędzia automatyzacji, łączenie CRM z lejkiem.	Warsztaty
------------------	--	-----------

DZIEŃ 2 – NEGOCJACJE, PSYCHOLOGIA I MANIPULACJA

Czas	Temat	Forma
9:00 – 10:30	Negocjacje handlowe w praktyce: Style negocjacyjne, strategie win-win vs. win-lose . Różnice w negocjacjach zakupowych i sprzedażowych.	Symulacje negocjacyjne
10:30 – 10:45	<i>Przerwa kawowa</i>	
10:45 – 12:45	Sztuki manipulacji i obrona: Psychologia wpływu w handlu, granica między perswazją a manipulacją. Praktyczne ćwiczenia w rozpoznawaniu technik manipulacji.	Gry negocjacyjne
12:45 – 13:45	<i>Przerwa obiadowa</i>	
13:45 – 15:15	Różnice kulturowe w komunikacji: Style negocjacji w różnych krajach. Kultura kontekstu – jak rozumieć „tak” i „nie”. Błędy kulturowe, które kosztują kontrakt.	Case Studies
15:15 – 15:30	<i>Przerwa kawowa</i>	
15:30 – 17:00	Zarządzanie stresem i emocjami: Źródła stresu, inteligencja emocjonalna (EQ) w sprzedaży i negocjacjach. Techniki relaksacyjne i reagowanie na trudnych klientów.	Warsztaty

◆ DZIEŃ 3 – STRATEGIE SPRZEDAŻY, MARKETINGU I INTEGRACJA DANYCH

Czas	Temat	Forma
9:00 – 10:30	Merchandising produktów: Zasady ekspozycji na półce. Merchandising cyfrowy i wizualna psychologia decyzji zakupowych.	Warsztaty
10:30 – 10:45	<i>Przerwa kawowa</i>	
10:45 – 12:45	Trade marketing i polityka cenowa: Promocje, rabaty i programy partnerskie. Strategia rabatowa i ochrona marży.	Mini-wykład, Dyskusja
12:45 – 13:45	<i>Przerwa obiadowa</i>	
13:45 – 15:15	Współpraca między działem zakupów a sprzedaży: Wewnętrzna komunikacja, synergia działań. Wymiana informacji o trendach, marżach i oczekiwaniach klientów.	Praca w grupach

15:15 – 15:30	Przerwa kawowa	
15:30 – 17:00	CRM w praktyce II: Tworzenie automatycznych ścieżek kontaktu (lead nurturing, e-mail sequence). Wykorzystanie danych z CRM do segmentacji oraz KPI i raportowanie .	Warsztaty, Case Study

DZIEŃ 4 – NOWE NARZĘDZIA I KANAŁY KOMUNIKACJI

Czas	Temat	Forma
9:00 – 10:30	LinkedIn, Social Media i Social Selling: LinkedIn jako narzędzie personal brandingu i prospectingu . Strategie Social Sellingu/Purchasing i etykieta online.	Warsztaty
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa	
10:45 – 12:45	AI w handlu i marketingu – narzędzie wsparcia sprzedawcy: Zastosowania AI (np. ChatGPT), personalizacja komunikacji. Tworzenie ofert i treści z pomocą AI. Ograniczenia i zagrożenia.	Mini-wykład, Ćwiczenia z narzędziami
12:45 – 13:45	Przerwa obiadowa	
13:45 – 15:15	Strony B2B i platformy zakupowe: Jak tworzyć i prezentować ofertę w modelu B2B. Automatyzacja procesów i digitalizacja kontaktu z klientem.	Dyskusja
15:15 – 15:30	Przerwa kawowa	
15:30 – 17:00	Targi międzynarodowe – jak się przygotować: Strategia obecności i kluczowy follow-up po targach . Rola materiałów drukowanych i cyfrowych.	Case Study

DZIEŃ 5 – INTEGRACJA, PRAKTYKA I STRATEGIA

Czas	Temat	Forma
9:00 – 10:30	Katalogi i ulotki produktowe: Jak projektować katalog, który sprzedaje. Zasady języka korzyści i personalizacja oferty dla różnych rynków.	Warsztaty
10:30 – 10:45	Przerwa kawowa	
10:45 – 12:45	Tworzenie własnej strategii: Zastosowanie poznanych narzędzi. Opracowanie mini-projektu zespołowego (np. plan rozwoju klienta, polityka cenowa, strategia ekspozycji).	Praca w grupach, Coaching
12:45 – 13:45	Przerwa obiadowa	

13:45 – 15:15	Prezentacja projektów i omówienie: Feedback od trenera i grupy.	Prezentacje
15:15 – 15:30	<i>Przerwa kawowa</i>	
15:30 – 17:00	Podsumowanie – Handlowiec XXI wieku w praktyce: Plan działań wdrożeniowych po szkoleniu. Jak budować długofalowe relacje i wartość.	Podsumowanie, Q&A

Warunki organizacyjne dla przeprowadzenia usługi:

- maksymalna liczba Uczestników/czek kursu: 10

- 10 stanowisk warsztatowych: każdy z Uczestników/czek posiada własne stanowisko warsztatowe wyposażone w wszystkie materiały dydaktyczne zawierające informacje takie jak: laptop, mysz, teczkę, zeszyt, długopis, materiały przygotowane przez wykładowców.

Obowiązkowe dla każdego uczestnika jest uczestnictwo w zajęciach (dopuszczalne jest 20% nieobecności).

Usługa szkoleniowa będzie realizowana w formie zajęć teoretycznych i praktycznych.

Zajęcia teoretyczne: 20

Zajęcia praktyczne: 20

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych, przez godzinę szkoleniową rozumie się 45 min dydaktycznych. Na każdą godzinę szkoleniową przewidziane jest proporcjonalnie 15 min przerwy. Przerwy ustalane są elastycznie jednak nie mniej niż 15 min na każde 2 godziny. Zapewniona jest przerwa 45 min w przypadku zajęć trwających powyżej 6 godzin.

Czas trwania jednego modułu/zjazdu nie przekracza 5 następujących po sobie dni. Czas trwania zajęć łącznie z przerwami nie przekracza 8 godzin zegarowych w ciągu jednego dnia. W trakcie zajęć zaplanowane są regularne przerwy w ilości nie mniejszej niż 15 minut na 2 godziny zegarowe.

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych, przez godzinę kursu rozumie się 45 min dydaktycznych. Na każdą godzinę kursu przewidziane jest proporcjonalnie 15 min przerwy. Przerwy ustalane są elastycznie jednak nie mniej niż 15 min na każde 2 godziny. Zapewniona jest przerwa 45 min w przypadku zajęć trwających powyżej 6 godzin.

Czas trwania jednego modułu/zjazdu nie przekracza 5 następujących po sobie dni. Czas trwania zajęć łącznie z przerwami nie przekracza 8 godzin zegarowych w ciągu jednego dnia. W trakcie zajęć zaplanowane są regularne przerwy w ilości nie mniejszej niż 15 minut na 2 godziny zegarowe.

Praktyczne umiejętności:

Program kursu nastawiony jest na praktyczne ćwiczenia i studia przypadków, co pozwala uczestnikom na zastosowanie zdobytej wiedzy w realnych sytuacjach. Praktyczne podejście gwarantuje, że uczestnicy będą gotowi do efektywnej pracy od razu po ukończeniu usługi.

Weryfikacja efektów uczenia się:

Po zakończeniu usługi zostanie przeprowadzony wewnętrzny proces walidacji na podstawie testu jednokrotnego wyboru oraz obserwacji w warunkach rzeczywistych. Walidacja obejmuje każdego uczestnika usługi i odbywa się stacjonarnie w ostatnim dniu kursu.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 37

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 37 Wprowadzenie, omówienie celów i oczekiwań.	Daniel Sykuła	07-03-2026	09:00	09:15	00:15
2 z 37 Wprowadzenie do współczesnego handlu: Rola handlowca „Challengera”, kompetencje handlowca przyszłości, od sprzedaży do budowania wartości	Daniel Sykuła	07-03-2026	09:15	10:30	01:15
3 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	07-03-2026	10:30	10:45	00:15
4 z 37 Marketing w handlu B2B i B2C: Współpraca Sprzedaż-Marketing, Narzędzia marketingowe wspierające. Storytelling produktowy i jego wpływ na decyzje zakupowe.	Daniel Sykuła	07-03-2026	10:45	12:45	02:00
5 z 37 Przerwa obiadowa	Daniel Sykuła	07-03-2026	12:45	13:45	01:00
6 z 37 Lejki sprzedażowe – teoria i praktyka: Konstrukcja i analiza etapów. Wpływ lejka na różne pokolenia.	Daniel Sykuła	07-03-2026	13:45	15:15	01:30
7 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	07-03-2026	15:15	15:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 37 Automatyzacja marketingu i CRM w procesie sprzedaży: Rola CRM, narzędzia automatyzacji, łączenie CRM z lejkiem.	Daniel Sykuła	07-03-2026	15:30	17:00	01:30
9 z 37 Negocjacje handlowe w praktyce: Style negocjacyjne, strategię win–win vs. win–lose. Różnice w negocjacjach zakupowych i sprzedażowych.	Daniel Sykuła	08-03-2026	09:00	10:30	01:30
10 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	08-03-2026	10:30	10:45	00:15
11 z 37 Sztuki manipulacji i obrona: Psychologia wpływu w handlu, granica między perswazją a manipulacją. Praktyczne ćwiczenia w rozpoznawaniu technik manipulacji.	Daniel Sykuła	08-03-2026	10:45	12:45	02:00
12 z 37 Przerwa obiadowa	Daniel Sykuła	08-03-2026	12:45	13:45	01:00
13 z 37 Różnice kulturowe w komunikacji: Style negocjacji w różnych krajach. Kultura kontekstu – jak rozumieć „tak” i „nie”. Błędy kulturowe, które kosztują kontrakt.	Daniel Sykuła	08-03-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	08-03-2026	15:15	15:30	00:15
15 z 37 Zarządzanie stresem i emocjami: Źródła stresu, inteligencja emocjonalna (EQ) w sprzedaży i negocjacjach. Techniki relaksacyjne i reagowanie na trudnych klientów.	Daniel Sykuła	08-03-2026	15:30	17:00	01:30
16 z 37 Merchandising produktów: Zasady ekspozycji na półce. Merchandising cyfrowy i wizualna psychologia decyzji zakupowych.	Daniel Sykuła	14-03-2026	09:00	10:30	01:30
17 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	14-03-2026	10:30	10:45	00:15
18 z 37 Trade marketing i polityka cenowa: Promocje, rabaty i programy partnerskie. Strategia rabatowa i ochrona marży.	Daniel Sykuła	14-03-2026	10:45	12:45	02:00
19 z 37 Przerwa obiadowa	Daniel Sykuła	14-03-2026	12:45	13:45	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 37 Współpraca między działem zakupów a sprzedaży: Wewnętrzna komunikacja, synergia działań. Wymiana informacji o trendach, marżach i oczekiwaniach klientów.	Daniel Sykuła	14-03-2026	13:45	15:15	01:30
21 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	14-03-2026	15:15	15:30	00:15
22 z 37 CRM w praktyce II: Tworzenie automatycznych ścieżek kontaktu (lead nurturing, e-mail sequence). Wykorzystanie danych z CRM do segmentacji oraz KPI i raportowanie.	Daniel Sykuła	14-03-2026	15:30	17:00	01:30
23 z 37 LinkedIn, Social Media i Social Selling: LinkedIn jako narzędzie personal branding i prospectingu. Strategie Social Sellingu/Purchasing i etykieta online.	Daniel Sykuła	15-03-2026	09:00	10:30	01:30
24 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	15-03-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 37 AI w handlu i marketingu – narzędzie wsparcia sprzedawcy: Zastosowania AI (np. ChatGPT), personalizacja komunikacji. Tworzenie ofert i treści z pomocą AI. Ograniczenia i zagrożenia.	Daniel Sykuła	15-03-2026	10:45	12:45	02:00
26 z 37 Przerwa obiadowa	Daniel Sykuła	15-03-2026	12:45	13:45	01:00
27 z 37 Strony B2B i platformy zakupowe: Jak tworzyć i prezentować ofertę w modelu B2B. Automatyzacja procesów i digitalizacja kontaktu z klientem.	Daniel Sykuła	15-03-2026	13:45	15:15	01:30
28 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	15-03-2026	15:15	15:30	00:15
29 z 37 Targi międzynarodowe – jak się przygotować: Strategia obecności i kluczowy follow-up po targach. Rola materiałów drukowanych i cyfrowych.	Daniel Sykuła	15-03-2026	15:30	17:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
30 z 37 Katalogi i ulotki produktowe: Jak projektować katalog, który sprzedaje. Zasady języka korzyści i personalizacja oferty dla różnych rynków.	Daniel Sykuła	21-03-2026	09:00	10:30	01:30
31 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	21-03-2026	10:30	10:45	00:15
32 z 37 Tworzenie własnej strategii: Zastosowanie poznanych narzędzi. Opracowanie mini-projektu zespołowego (np. plan rozwoju klienta, polityka cenowa, strategia ekspozycji).	Daniel Sykuła	21-03-2026	10:45	12:45	02:00
33 z 37 Przerwa obiadowa	Daniel Sykuła	21-03-2026	12:45	13:45	01:00
34 z 37 Prezentacja projektów i omówienie: Feedback od trenera i grupy.	Daniel Sykuła	21-03-2026	13:45	15:15	01:30
35 z 37 Przerwa kawowa	Daniel Sykuła	21-03-2026	15:15	15:30	00:15
36 z 37 Podsumowanie – Handlowiec XXI wieku w praktyce: Plan działań wdrożeniowych po szkoleniu. Jak budować długofalowe relacje i wartość	Daniel Sykuła	21-03-2026	15:30	16:15	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
37 z 37 Egzamin wewnętrzny-walidacja	-	21-03-2026	16:15	17:00	00:45

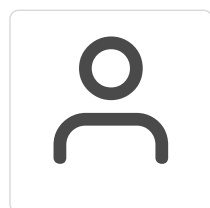
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 200,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Daniel Sykuła

Daniel Sykuła absolwent Staropolskiej Akademii Nauk Stosowanych w Kielcach, gdzie ukończył studia wyższe na kierunku Marketing i biznes elektroniczny. Jest absolwentem wielu kursów z kierunku marketingu online oraz E-commerce. Daniel Sykuła posiada doświadczenie w handlu oraz marketingu, które zdobywał prowadząc własną działalność gospodarczą oraz pracując jako specjalista ds. sprzedaży internetowej. W 2023 ukończył takie szkolenia jak: Savoir-Vivre w biznesie, Media społecznościowe w biznesie, Marketing eksportowy, Analiza rynku i otoczenia przedsiębiorstwa, E-commerce w biznesie - kurs zaawansowany oraz Employer branding. Obecnie kieruje 15 osobowym zespołem odpowiedzialnym za sprzedaż online.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy Uczestnik szkolenia otrzyma komplet materiałów, potrzebnych podczas szkolenia. Kursanci otrzymują zestaw edukacyjny: teczka, długopis, zeszyt, książka.

Informacje dodatkowe

Usługa adresowana między innymi dla Uczestników Projektu Małopolski Pociąg do Kariery - sezon 1, Uczestników Projektu Nowy Start w Małopolsce z EURESem oraz wszystkich osób chcących nabyć kompetencje w zakresie nowoczesnego handlu i negocjacji w erze transformacji rynkowej. Szkolenie zakończone testem sprawdzającym wiedzę z całego szkolenia oraz wydaniem stosownego zaświadczenia o ukończeniu szkolenia.

Adres

al. IX Wieków Kielc 6/8

25-516 Kielce

woj. świętokrzyskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Hubert Durlik

E-mail hdurlik@leonis.pl

Telefon (+48) 501 641 959