



Strefa Edukacji Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5

166 ocen

Sprzedaż oraz obsługa klienta marki premium.

Numer usługi 2025/12/11/40298/3207020

📍 Łódź

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 16:00 h

📅 03.10.2026 do 04.10.2026

1 600,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none"> - właściciele salonów kosmetycznych, salonów beauty dążący do poprawy wyników sprzedażowych ich zespołów - managerowie oraz osoby zarządzające chcący zwiększyć swoją świadomość i kompetencję by wywierać większy wpływ na swoje zespoły - Kierownicy chcący rozwijać swoje umiejętności sprzedażowe by móc wspierać swoje zespoły w procesie sprzedaży - pracownicy salonów kosmetycznych, salonów beauty dążących do zwiększenia swoich wyników sprzedażowych - osoby chcące podnieść swoje umiejętności sprzedażowe by zwiększyć swoje kompetencje i umiejętności
Minimalna liczba uczestników	12
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	01-10-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

- Przygotowanie uczestników do skutecznego prowadzenia rozmów sprzedażowych
- Przygotowanie uczestników do prawidłowej obsługi klienta premium.
- Rozwój kompetencji z zakresu procesów sprzedażowych.
- Budowanie pozytywnego myślenia w zespołach.
- Skuteczne metody pracy zespołowej..

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna i skutecznie wykorzystuje narzędzia sprzedażowe, które potrafi zastosować w codziennej pracy w sprzedaży, z obsługą klienta	Potrafi zastosować różne narzędzia sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje odpowiedni rodzaj komunikacji z klientem zwrotnej w zależności od sytuacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi współpracować i prowadzić prawidłową komunikację sprzedażową z zespołem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje feedback, mentoring i coaching w zależności od zdiagnozowanej potrzeby	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Prawidłowo interpretuje zadania i cele sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wie jak dokonać rezerwacji,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prowadzi skuteczne i perswazyjne rozmowy sprzedażowe	Wykorzystuje techniki budowania długoterminowych relacji sprzedażowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje techniki budowania zaufania w relacji z klientem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi rozpoznać typ klienta oraz jego potrzeby.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Skutecznie prezentuje i finalizuje sprzedaż.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dostosowuje techniki komunikacyjne do potrzeb i oczekiwań klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wie jak radzić sobie z trudnym klientem dzięki czemu będzie wiedział jak prowadzić rozmowy telefoniczne oraz stacjonarne, potrafił wpływać na podejmowane decyzję klienta	Potrafi w prawidłowy sposób reagować na niezadowolenie klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi reagować na obiekcję klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Potrafi przeprowadzić analizę potrzeb klienta.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Jest świadomy znaczenia etyki w relacjach z klientem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

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

TAK

Program

CZĘŚĆ TEORETYCZNA -03.10.2026

I. Umiejętności komunikacji z klientami

1. Transformacja z marki do marki premium

*Jak postrzegamy teraz swoją markę?

*Kto jest naszym klientem

*Elementy procesu transformacji z marki na markę premium

a) Typy klientów

b) Definicja marki premium

c) składowa procesu transformacji

2. Fundamenty marki premium

*Co odróżnia markę premium od gabinetu masowego?

*Jak klient definiuje „premium” – rola detali w obsłudze.

*Dlaczego każdy kontakt z klientem = doświadczenie luksusu.

a) Rytm obsługi

b) Doznania klienta

c) Świadomość zmysłów

d) Detale i drobiazgi

e) Obecność zamiast kontroli

3. Reprezentowanie firmy - Rola personelu w sprzedaży usług premium

*Dlaczego w placówce *każdy pracownik* sprzedaje (recepcja, kosmetolog, terapeuta, lekarz).

*Jak budować spójny wizerunek eksperta.

*Najczęstsze błędy zespołów w rozmowie sprzedażowej.

a) Bądź skuteczny

b) Upewnij swojego klienta

c) Bądź empatyczny i uśmiechnięty

d) Reaguj natychmiast

4. Psychologia klienta w usługach - Typy klientów i rodzaje reagowania

*Emocje klienta: lęk, wstyd, niepewność, oczekiwanie cudów.

*Czego naprawdę szuka klient: efektu wizualnego czy emocji (pewność siebie, młodość, prestiż)?

*Jak rozpoznać typ klienta i dopasować język sprzedaży.

- a) Pozytywny
- b) Negatywny
- c) Niepełnosprawny
- d) Sposoby reagowania we wszystkich typach

5. Jak rozmawiać o cenie - Komunikacja premium z klientem

*Słowa, które budują poczucie wartości (język korzyści emocjonalnych).

*Czego absolutnie nie mówić (np. „drogo”, „spróbujemy”).

*Jak rozmawiać o cenie bez obniżania wartości usługi.

- a) Nie decyduj za klienta
- b) Nie każdy musi być twoim klientem
- c) Dobra cena to taka którą klient jest gotów zapłacić
- d) Zaczynij od poznania potrzeb klienta
- e) Kiedy poda cena
- f) Praca z obiekcjami (muszę się zastanowić, za drogo, to chyba słabo działa)-jak zmienić obiekcje w argumenty
- g) Kiedy klientowi mówimy NIE

6 Pytania i wątpliwości – Podsumowanie

*Panel dyskusyjny

*Pytania od słuchaczy

CZĘŚĆ PRAKTYCZNA 04.10.2026

II. Obsługa Klienta – sprzedaż

1. Techniki sprzedaży - Finalizacja sprzedaży premium

*Sprzedaż konsultacyjna – pytania otwierające potrzeby klienta. Jak elegancko przejść od rozmowy do decyzji zakupowej.

*Jak prowadzić rozmowę, by klient sam odkrył wartość usługi „Zamknięcia miękkie” – techniki, które nie brzmią jak sprzedaż.

*Storytelling w sprzedaży zabiegów (opowieść o transformacji, a nie o technologii). Dlaczego klient premium nie chce być „sprzedany”, tylko „prowadzony”.

*Cross-selling i upselling: jak elegancko proponować pakiety, dodatkowe usługi powiązanych i nie powiązanych usług

Kto jest klientem

- a) Klient pełnopłatny
- b) Klient Pakietowy
- c) Klient który otrzymał prezent
- d) inny klient jaki?

2. Jak prowadzić rozmowę telefoniczną by brzmieć profesjonalnie

co zawiera blok

*Przebieg rozmowy telefonicznej

*Co jest ważne podczas rozmowy telefonicznej

*Jaki jest nasz cel

- a) Przedstaw się wyraźnie
- b) Wysłuchaj, nie przerywaj i odpowiadaj na pytania bez zbędnych informacji
- c) Bądź konkretny i upewnij się, że Cię zrozumiał i zgadza się to czego oczekiwał
- d) Zarządzaj ciszą
- e) Pozwól klientowi samemu się rozłączyć

3. Jak obsłużyć klienta stacjonarnego

*Przebieg wizyty klienta na miejscu

*Co jest ważne podczas rozmowy telefonicznej

*Jaki jest nasz cel

- a) Rozmowa z klientem przy wypełnianiu karty klienta
- b) Rozmowa z klientem po usłudze
- c) Rozmowa z klientem przy płatności
- d) Rozmowa z klientem kupującym prezent
- e) Rozmowa z klientem o usługach w promocyjnych cenach

4. Budowanie lojalności i relacji długofalowej

Obsługa po zabiegu jako element sprzedaży kolejnych usług.

*Jak zamienić klienta w ambasadora kliniki.

*Rola rekomendacji i opinii w branży premium

- a) kontakt z klientem po zabiegu – krótka rozmowa zadowolenia
- b) program rekomendacji do znajomych
- c) zdobywamy pozytywne opinie
- d) niezadowolony klient – reklamacje

5. Formy zwiększenia wolumenu zakupowego

co zawiera blok

*Jak nienachalnie zwiększyć sprzedaż

*Umiejętność komponowania zabiegów „szytych na miarę”

*Proponowanie wzajemnych usług Kropla Med i Kropla Zen

- a) dłuższe zabiegi
- b) dodatki – łączenie różnych zabiegów
- c) sprzedaż kosmetyków
- d) sprzedaż wielopaków

PODSUMOWANIE

III. WERYFIKACJA – walidacja

1. Pytania i wątpliwości – Walidacja

co zawiera blok

*Indywidualne refleksje uczestników – co wprowadzam od jutra.

*Walidacja szkolenia – Test z wynikiem generowanym automatycznie

Warsztaty w grupach

- a). Obsługa telefoniczna
- b). Obsługa stacjonarna
- c). Sprzedaż usług

Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi szkoleniowej. 1 godzina= 1 godzina zegarowa.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 18

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Przedstawienie i przywitanie	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 18 Transformacja z marki do marki premium	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	09:30	10:30	01:00
3 z 18 Fundamenty marki premium	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	10:30	11:30	01:00
4 z 18 Przerwa kawowa	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	11:30	11:45	00:15
5 z 18 Reprezentowanie firmy - Rola personelu w sprzedaży usług premium	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	11:45	12:45	01:00
6 z 18 Psychologia klienta w usługach - Typy klientów i rodzaje reagowania	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	12:45	13:45	01:00
7 z 18 Przerwa obiadowa	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 18 Jak rozmawiać o cenie - Komunikacja premium z klientem	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	15:15	16:15	01:00
9 z 18 Podsumowanie - Pytania i wątpliwości	Katarzyna Piekarska	03-10-2026	16:15	17:00	00:45
10 z 18 Przywitanie i przypomnienie zagadnień z dnia poprzedniego	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	09:00	09:30	00:30
11 z 18 Techniki sprzedaży usług estetycznych - Finalizacja sprzedaży premium	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	09:30	10:30	01:00
12 z 18 Jak prowadzić rozmowę telefoniczną by brzmieć profesjonalnie a jak obsłużyć klienta stacjonarnego	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	10:30	11:30	01:00
13 z 18 Przerwa kawowa	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	11:30	11:45	00:15
14 z 18 Budowanie lojalności i relacji długofalowej	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	11:45	12:45	01:00
15 z 18 Formy zwiększenia wolumenu zakupowego	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	12:45	13:45	01:00
16 z 18 Przerwa obiadowa	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 18 Warsztaty - Pytania i wątpliwości	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	15:15	16:15	01:00
18 z 18 Walidacja - test	Katarzyna Piekarska	04-10-2026	16:15	17:00	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Katarzyna Piekarska

Trenerka, mentorka i praktyk sprzedaży z blisko 20-letnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń, głównie w branżach usługowych, ze szczególnym uwzględnieniem sektora beauty i wellness, również w takich sektorach jak logistyka czy handel detaliczny.

Specjalizacja i zakres działań:

Koncentruję się na sprzedaży, komunikacji z klientem oraz budowaniu kompetencji miękkich. Szkoli z metod skutecznej sprzedaży usług i produktów, technik wywierania pozytywnego wpływu, zwiększania wyników sprzedażowych oraz wzmacniania pewności siebie pracowników.

Styl pracy i prowadzenia szkoleń:

Sposób szkolenia jest dynamiczny, angażujący i oparty na praktyce. Stawiam na merytoryczność, umiejętność inspirowania, lekkość w przedstawianiu przykładów, ciekawy i konkretny sposób przekazywania wiedzy. Potrafię łączyć teorię z praktyką w sposób, który daje natychmiastowe efekty.

Ukończyła liczne kursy i certyfikacje uprawniające do szkoleń managerskich

Prowadzi wykłady podczas konferencji oraz paneli dyskusyjnych

Organizuje autorskie wyjazdy łączące podróż z edukacją i rozwojem osobistym.

Przez ostatnie 17 lat ściśle związana z branżą beauty i wellness.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia.

Uczestnik otrzyma materiały szkoleniowe

Warunki uczestnictwa

Uczestnik w trakcie trwania usługi musi posiadać urządzenie umożliwiające połączenie z Internetem (laptop, smartfon, tablet), obowiązkowy udział w teście z wynikiem generowanym automatycznie.

Uczestnik musi wziąć udział w co najmniej 80% zajęć.

Informacje dodatkowe

Walidację przeprowadzi Katarzyna Piekarska w oparciu o test z wynikiem generowanym automatycznie.

Przerwy wliczają się do czasu trwania usługi szkoleniowej. 1 godzina= 1 godzina zegarowa.

Adres

ul. gen. Romualda Traugutta 25

90-113 Łódź

woj. łódzkie

Sala konferencyjna w budynku Textilimpex Sp.z o.o

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Parking dla uczestników.

Kontakt



ANNA SABAT

E-mail biuro@strefa.io

Telefon (+48) 605 195 888