



Indywidualny kurs: profesjonalny handlowiec, czyli efektywna sprzedaż i negocjacje.

Numer usługi 2026/03/19/165576/3421342

3 200,00 PLN brutto
 3 200,00 PLN netto
 100,00 PLN brutto/h
 100,00 PLN netto/h
 225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

"GRUPA
 EDUKACYJNA
 AKTYWNE
 SZKOLENIA
 SPÓŁKA Z
 OGRANICZONĄ
 ODPOWIEDZIALNOŚ
 CIĄ"

★★★★★ 4,8 / 5

151 ocen

📍 Piotrków Trybunalski

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 32:00 h

📅 10.05.2026 do 31.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Usługa jest adresowana dla osób pełnoletnich, pracujących lub chcących pracować w zawodzie sprzedawcy. Dedykowana również dla osób zainteresowanych opanowaniem technik autoprezentacji, negocjacji, rozmowy handlowej, wystąpień publicznych oraz opanowania zasad obsługi klienta.

Grupa docelowa to również obecni i przyszli:

Grupa docelowa usługi

- handlowcy stacjonarni i terenowi.
- przedstawiciele handlowi,
- specjaliści działów sprzedaży i obsługi klienta,
- specjaliści ds. marketingu,
- menedżerowie i kierownicy sprzedaży,
- osoby zainteresowane rozwojem technik, autoprezentacji, negocjacji, wystąpień publicznych,
- pracownicy biura obsługi klienta i call center.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

08-05-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

Cel

Cel edukacyjny

Kurs przygotowuje do samodzielnej pracy w sprzedaży, obsłudze klienta i pokrewnych profesjach poprzez stosowanie odpowiednich technik sprzedaży czy zaawansowanych negocjacji handlowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Omawia istotę sprzedaży z perspektywy doświadczonego handlowca i menedżera sprzedaży	Omawia rolę sprzedawcy w organizacji	Test teoretyczny
	Omawia znaczenie działu sprzedaży dla funkcjonowania i rozwoju firmy	Test teoretyczny
	Opisuje wpływ postawy handlowca na wizerunek przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
Charakteryzuje cechy profesjonalnego sprzedawcy	Opisuje kompetencje komunikacyjne i interpersonalne	Test teoretyczny
	Omawia etykę zawodową i odpowiedzialność	Test teoretyczny
Buduje relacje z klientem	Omawia zasady savoir-vivre w kontaktach biznesowych	Test teoretyczny
	Wymienia techniki wzbudzania zaufania i szacunku	Test teoretyczny
	Opisuje metody tworzenia przyjaznej atmosfery rozmowy	Test teoretyczny
Wykorzystuje skuteczne metody komunikacji w rozmowie handlowej	Opisuje komunikację werbalną i niewerbalną	Test teoretyczny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Omawia strategie komunikacyjne w zależności od sytuacji i klienta	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Prezentuje siebie i ofertę w sposób profesjonalny	Omawia techniki wystąpień publicznych	Test teoretyczny
	Opisuje zasady skutecznej autoprezentacji	Test teoretyczny
	Wymienia techniki prezentacji produktowej dopasowane do odbiorcy	Test teoretyczny
Pozyskuje i buduje lojalność klienta	Opisuje koncepcję Buyer Persona	Test teoretyczny
	Omawia prospecting jako metodę pozyskiwania nowych klientów	Test teoretyczny
	Stosuje adekwatne techniki sprzedaży	Obserwacja w warunkach symulowanych
Prowadzi rozmowę handlową	Wykorzystuje wiedzę z zakresu typologii klientów i sposobów komunikacji z nimi	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Reaguje na obiekcje klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje rynek i strategię sprzedażowe	Test teoretyczny
Organizuje i zarządza sprzedażą	Planuje działania sprzedażowe	Test teoretyczny
	Wykorzystuje lej sprzedażowy oraz narzędzia wspomagające sprzedaż	Obserwacja w warunkach symulowanych
Identyfikuje i stosuje kluczowe strategie marketingowe	Opisuje strategie: penetracja rynku, rozwój rynku i produktu, dywersyfikacja	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

Ukończenie usługi, tj. indywidualnego kursu: profesjonalny handlowiec, czyli efektywna sprzedaż i negocjacje potwierdza niezbędną wiedzę teoretyczną i praktyczną. Udział w zajęciach umożliwi opanowanie sztuki autoprezentacji, negocjacji, budowania trwałej relacji z klientem. Ponadto zajęcia mają na celu opanowanie metod prowadzenia analizy potrzeb klienta. W programie uwzględniono również przekazanie wiedzy oraz umiejętności w zakresie pozyskiwania nowych klientów, zarządzania i organizacji sprzedaży. Przygotowany program daje różnorodność metod, narzędzi i doboru działań sprzedażowych, co jest kluczowe w sprzedaży i budowaniu zadowolenia klienta.

Warunki organizacyjne:

- forma zajęć - stacjonarna,
- liczba uczestników: 1,
- zajęcia w ramach kursu obejmują 32 godziny zegarowe łącznie z walidacją, w tym: 5 teoretycznych, 26 praktycznych, 1 walidacji,
- przerwy w trakcie zajęć nie wliczają się w czas trwania całej usługi i nie są ujęte w harmonogramie,
- walidacja prowadzona jest zgodnie z kartą usługi i załączonym harmonogramem,
- termin walidacji jest adekwatny do zaplanowanych metod oceny efektów uczenia się,
- walidacja prowadzona jest przez osobę, która nie uczestniczyła w procesie kształcenia,
- walidacja jest integralną częścią kształcenia, gdyż dopiero po jej przeprowadzeniu (bez względu na wynik) można uznać usługę za zakończoną zgodnie z wytycznymi.

1. Definicja sprzedaży oczami doświadczonego handlowca i menedżera sprzedaży - 2 godziny

- rola sprzedawcy, cechy profesjonalnego sprzedawcy,
- znaczenie działu sprzedaży dla organizacji,
- budowanie pozytywnego wizerunku firmy w rozmowie z klientem.

1. Standardy obsługi klienta - 2 godziny

- cechy profesjonalnego sprzedawcy,
- znaczenie działu sprzedaży dla organizacji,
- budowanie pozytywnego wizerunku firmy w rozmowie z klientem.

1. Budowanie relacji z klientem - 6 godzin

- znaczenie autoprezentacji,
- savoir-vivre w kontaktach z klientem,
- metody wzbudzania szacunku i zaufania,
- techniki budowania przyjaznej atmosfery w rozmowie z klientem,
- diagnoza potrzeb i oczekiwań oraz ich wpływ na umiemytny dobór usług/produktu,
- poszukiwanie rozwiązań i wspólnych płaszczyzn,
- dopasowanie do klienta,
- ćwiczenia praktyczne: scenariusze związane z obsługą klienta.

1. Wykorzystywane metody komunikacji i ich znaczenie w rozmowie handlowej - 4 godziny

- praktyczne wykorzystanie komunikacji werbalnej i niewerbalnej,
- komunikacja asertywna, jako nadrzędna forma relacji,
- wybór strategii komunikacji z klientem,
- Internet i nowe technologie jako narzędzia w komunikacji.

1. Wystąpienia publiczne, autoprezentacja i prezentacja produktowa - 2 godziny

- techniki wystąpień publicznych,
- autoprezentacja, prezentacja produktowa.

1. Metody pozyskiwania i budowania lojalności klienta - 3 godziny

- wykorzystanie Buyer Persona,

- prospecting jako efektywna metoda pozyskiwania nowych kontaktów,
- social media w pracy handlowca,
- budowanie relacji długofalowych z klientem.

1. Rozmowa handlowa - 5 godzin

- techniki sprzedaży,
- typologia klienta - jak komunikować się z określonym typem klienta.

1. Zarządzanie i organizacja sprzedaży - 4 godziny

- analiza rynku i strategii sprzedażowych,
- planowanie sprzedaży,
- lider zespołu sprzedażowego,
- leje sprzedażowe,
- narzędzia wspomagające sprzedaż.

1. Kluczowe strategie marketingowe - 3 godziny

- penetracja rynku,
- rozwój rynku oraz produktu,
- dywersyfikacja.

1. Walidacja - 1 godzina

- walidacja przeprowadzona w formie testu teoretycznego oraz obserwacji w warunkach symulowanych zgodnie z kryteriami weryfikacji zawartymi w "Efektach uczenia się oraz kryteriach weryfikacji ich osiągnięcia i Metodach walidacji"

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Definicja sprzedaży oczami doświadczonego handlowca i menedżera sprzedaży.	Dariusz Wata	10-05-2026	08:30	10:30	02:00
2 z 13 Standardy obsługi klienta.	Dariusz Wata	10-05-2026	10:30	12:30	02:00
3 z 13 Budowanie relacji z klientem.	Dariusz Wata	10-05-2026	13:00	17:00	04:00
4 z 13 Budowanie relacji z klientem.	Dariusz Wata	17-05-2026	08:30	10:30	02:00

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 13 Wykorzystywane metody komunikacji i ich znaczenie w rozmowie handlowej.	Dariusz Wata	17-05-2026	10:30	12:30	02:00
6 z 13 Wykorzystywane metody komunikacji i ich znaczenie w rozmowie handlowej.	Dariusz Wata	17-05-2026	13:00	15:00	02:00
7 z 13 Wystąpienia publiczne, autoprezentacja i prezentacja produktowa.	Dariusz Wata	17-05-2026	15:00	17:00	02:00
8 z 13 Metody pozyskiwania i budowania lojalności klienta.	Dariusz Wata	24-05-2026	08:30	11:30	03:00
9 z 13 Rozmowa handlowa.	Dariusz Wata	24-05-2026	11:30	12:30	01:00
10 z 13 Rozmowa handlowa.	Dariusz Wata	24-05-2026	13:00	17:00	04:00
11 z 13 Zarządzanie i organizacja sprzedaży.	Dariusz Wata	31-05-2026	08:30	12:30	04:00
12 z 13 Kluczowe strategie marketingowe.	Dariusz Wata	31-05-2026	13:00	16:00	03:00
13 z 13 Walidacja.	-	31-05-2026	16:00	17:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 200,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Dariusz Wata

Absolwent studiów magisterskich na kierunku zarządzanie i marketing. Ukończył również studia podyplomowe z zakresu zarządzania, trenerstwa i menedżmentu szkoleń oraz dydaktyki przedsiębiorczości, co pozwala mu skutecznie łączyć wiedzę biznesową z nowoczesnymi metodami pracy szkoleniowej.

Posiada wieloletnie doświadczenie zawodowe jako trener, wykładowca akademicki oraz menedżer zespołów, a także dyrektor placówki edukacyjnej. Od lat prowadzi warsztaty i szkolenia z zakresu efektywnej komunikacji, sprzedaży, negocjacji, zarządzania relacjami z klientem oraz rozwoju kompetencji menedżerskich i handlowych.

W pracy trenerskiej koncentruje się na praktycznych aspektach sprzedaży: budowaniu relacji, rozpoznawaniu potrzeb klienta, skutecznej argumentacji, technikach negocjacyjnych oraz postawie proaktywnej w handlu. Łączy wiedzę z obszaru zarządzania i marketingu z doświadczeniem dydaktycznym, przekazując uczestnikom sprawdzone narzędzia możliwe do natychmiastowego zastosowania w pracy handlowca.

Obecnie nauczyciel dyplomowany, prowadzi zajęcia na kierunku związanym z zawodem technik organizacji reklamy, przygotowując uczestników do pracy w środowisku sprzedażowym i marketingowym.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały, które uczestnicy otrzymują w trakcie kursu: teczka A4, notatnik, długopis, skrypty.

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy kursu, którzy posiadają:

- ukończone 18 lat,
- brak przeciwwskazań zdrowotnych do wykonywania pracy na stanowisku zgodnym z kierunkiem kursu,
- przystąpienie do procesu walidacji.

Informacje dodatkowe

1. Zastrzegamy prawo do zmiany harmonogramu, kadry wykładowców i walidatorów w przypadku zaistnienia nieprzewidzianych okoliczności.
2. Warunkiem ukończenia kursu jest obecność na zajęciach (minimum 80% godzin kursu), przystąpienie do procesu walidacji.
3. Po zakończonym kursie uczestnik otrzymuje zaświadczenie.

Adres

ul. Gabriela Narutowicza 64/20
97-300 Piotrków Trybunalski
woj. łódzkie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- winda

Kontakt



Patrycja Łaska

E-mail sekretariat@aktywneszkolenie.pl

Telefon (+48) 730 775 766