

## Customer Experience jako fundament relacyjnej sprzedaży

Numer usługi 2026/04/22/141117/3505087

4 872,00 PLN brutto  
4 872,00 PLN netto  
168,00 PLN brutto/h  
168,00 PLN netto/h  
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

SENSE HUMAN  
CAPITAL SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ

★★★★★ 4,8 / 5  
870 ocen

📍 Poznań  
🏢 Usługa szkoleniowa  
📄 stacjonarna  
🕒 29:00 h  
📅 20.05.2026 do 17.06.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Sprzedaż
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Usługa kierowana jest dla pracowników obsługujących klienta, zajmujących się sprzedażą oraz administracją. Uczestnicy nie muszą wykazywać się minimalnym doświadczeniem / stażem aby uczestniczyć w usłudze rozwojowej.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	6
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	18-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	29
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do rozwoju kompetencji uczestników w zakresie budowania pozytywnych doświadczeń potencjalnych i obecnych klientów poprzez obsługę wyprzedzającą ich oczekiwania oraz doskonalenie współpracy

między działami firmy. Szkolenie wspiera rozwój spójnego podejścia do procesu sprzedaży i obsługi klienta jako systemu organizacyjnego zwiększającego wartość dla klienta oraz skuteczność działań sprzedażowych.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
rozumie znaczenie jakości usług wewnętrznych	wskazuje definicję klienta wewnętrznego i zewnętrznego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wymienia czynniki wpływające na jakość obsługi klienta w organizacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje rolę współpracy między działami w procesie obsługi klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
analizuje proces sprzedaży i obsługi klienta	opisuje kluczowe obszary procesu sprzedaży i obsługi klienta wpływające na doświadczenie klienta	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje bariery utrudniające efektywną obsługę klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	opisuje działania usprawniające proces sprzedaży i obsługi klienta	Analiza dowodów i deklaracji
stosuje podejście sprzedaży oparte na wartości dla klienta	rozpoznaje potrzeby i oczekiwania klientów oraz czynniki sprzyjające obsłudze wyprzedzającej oczekiwania klientów	Analiza dowodów i deklaracji
	identyfikuje sposoby rozwijania relacji sprzedażowej z klientem	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	wskazuje działania zwiększające satysfakcję i wartość dla klientów oraz sprzyjające ponownym zakupom i rekomendacjom	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
wspiera współpracę między działami w obsłudze klienta	wymienia zachowania sprzyjające budowaniu zaufania w zespole	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	opisuje działania wspierające współpracę między działami w procesie obsługi klienta	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje znaczenie wspólnych celów organizacyjnych w procesie obsługi klienta	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

Szkolenie dotyczy rozwijania kompetencji w zakresie budowania pozytywnych doświadczeń klientów poprzez obsługę wyprzedzającą ich oczekiwania oraz doskonalenie współpracy między działami organizacji. W trakcie szkolenia uczestnicy analizują proces sprzedaży i obsługi klienta oraz identyfikują czynniki wpływające na wartość dla klienta i skuteczność działań sprzedażowych. Program obejmuje zagadnienia związane z jakością obsługi klienta, współpracą między działami, analizą procesu sprzedaży oraz budowaniem relacji z klientami. Zajęcia realizowane są z wykorzystaniem metod interaktywnych i aktywizujących, umożliwiających uczenie się w oparciu o doświadczenie oraz ćwiczenie praktycznych umiejętności.

### Moduł I. Budowanie organizacji ukierunkowanej na jakość obsługi klienta

#### Dzień 1

##### 1. Wprowadzenie do koncepcji wysokiej jakości obsługi klienta

- identyfikacja roli klienta wewnętrznego w organizacji
- identyfikacja wartości i standardów jakości obsługi klienta
- analiza postaw sprzyjających budowaniu pozytywnego doświadczenia klienta

##### 2. Analiza wartości i sposobów współpracy w zespole

- identyfikacja wartości wpływających na sposób pracy i komunikacji w organizacji
- analiza różnic w podejściu do współpracy i realizacji celów w zespołach
- budowanie świadomości wspólnego celu organizacyjnego w obszarze obsługi klienta

##### 3. Wprowadzenie do symulacji strategicznej dotyczącej budowania wartości dla klienta

- omówienie zasad symulacji
- określenie celów i kryteriów sukcesu
- przygotowanie uczestników do pracy zespołowej

##### 4. Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny

- podejmowanie decyzji dotyczących działań wpływających na doświadczenie klienta
- analiza wpływu decyzji organizacyjnych na wartość dla klienta
- podsumowanie symulacji i omówienie wniosków

#### Dzień 2

## **1. Podsumowanie doświadczeń z symulacji strategicznej**

- • identyfikacja czynników sukcesu w budowaniu wartości dla klienta
- analiza doświadczeń uczestników i ich odniesienie do praktyki organizacyjnej

## **2. Diagnoza ról zespołowych i ich wpływu na współpracę w organizacji**

- • identyfikacja preferowanych ról zespołowych uczestników
- analiza wpływu różnorodności ról na efektywność współpracy między działami

## **3. Mapowanie procesów wewnętrznych wpływających na doświadczenie klienta**

- • identyfikacja kluczowych procesów organizacyjnych mających wpływ na jakość obsługi klienta
- analiza punktów styku klienta z organizacją
- identyfikacja zależności pomiędzy działaniami poszczególnych działów organizacji a końcowym doświadczeniem klienta
- identyfikacja czynników zwiększających lub obniżających satysfakcję klientów

## **4. Analiza możliwości usprawnienia procesów obsługi klienta**

- • opracowanie propozycji zmian w procesach wewnętrznych
- identyfikacja działań zwiększających wartość dla klientów
- analiza sposobów monitorowania jakości obsługi klienta (KPI)
- prezentacja i omówienie wypracowanych rozwiązań

## **Moduł II. Planowanie rozwoju sprzedaży w oparciu o budowanie wartości dla klientów**

### **Dzień 3**

#### **1. Wprowadzenie do koncepcji sprzedaży opartej na wartości dla klienta**

- • analiza etapów kontaktu klienta z firmą (customer journey) oraz identyfikacja kluczowych punktów styku klienta z organizacją
- identyfikacja czynników wpływających na obsługę wyprzedzającą oczekiwania klienta oraz pozytywne doświadczenia klientów
- rozwijanie kreatywnego podejścia do budowania relacji z klientami

#### **2. Diagnoza stylów myślenia i podejścia do rozwiązywania problemów**

- • identyfikacja predyspozycji do myślenia kreatywnego i analitycznego
- rozwijanie umiejętności poszukiwania niestandardowych rozwiązań w sprzedaży

#### **3. Wprowadzenie do symulacji strategicznej z zakresu zarządzania sprzedażą**

- • omówienie zasad symulacji
- określenie celów i strategii działania zespołów

#### **4. Realizacja symulacji strategicznej – planowanie działań sprzedażowych**

- • analiza rynku i segmentów klientów
- identyfikacja potrzeb klientów oraz czynników wpływających na ich decyzje zakupowe
- opracowywanie ofert sprzedażowych tworzących wartość dla klienta oraz wspierających budowanie pozytywnego doświadczenia klienta
- identyfikacja działań sprzedażowych i usługowych sprzyjających wyprzedzaniu oczekiwań klientów

#### **5. Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny**

- • podejmowanie decyzji strategicznych w zakresie działań sprzedażowych
- analiza wyników i ich wpływu na rozwój organizacji
- omówienie wniosków z symulacji

### **Dzień 4**

#### **1. Podsumowanie doświadczeń z symulacji sprzedażowej**

- • identyfikacja czynników wpływających na skuteczność działań sprzedażowych
- omówienie wniosków możliwych do wykorzystania w praktyce zawodowej

#### **2. Diagnoza ról menedżerskich w planowaniu i realizacji sprzedaży**

- • identyfikacja stylów zarządzania i podejmowania decyzji

- analiza wpływu stylów zarządzania na rozwój sprzedaży

### 3. Analiza konkurencji i czynników sukcesu rynkowego

- identyfikacja przewag konkurencyjnych organizacji
- analiza elementów oferty budujących wartość dla klientów

### 4. Analiza kierunków rozwoju sprzedaży

- opracowanie propozycji rozwoju sprzedaży z wykorzystaniem macierzy Ansoffa
- ocena potencjału rozwoju poszczególnych kierunków sprzedaży
- analiza poziomu złożoności i kosztów planowanych działań

### 5. Podsumowanie szkolenia

- prezentacja wypracowanych rozwiązań
- podsumowanie kluczowych wniosków z warsztatów
- identyfikacja możliwych kierunków dalszych działań w obszarze sprzedaży i obsługi klienta

### 6. Walidacja usługi

**Forma prowadzenia zajęć:** szkolenie o charakterze warsztatowym, prowadzone metodami interaktywnymi i aktywizującymi, tj. symulacje, ćwiczenia grupowe, prezentacja, dyskusja moderowana.

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia są realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności

**Wyposażenie sali szkoleniowej i warunki organizacyjne:** sala wyposażona jest w stoły i krzesła z możliwością ich przestawiania na czas zadań grupowych lub indywidualnych. Wyposażona jest w rzutnik (potrzebny na czas prezentacji) oraz przestrzeń do prezentowania zadań przez uczestników przed grupą.

Szkolenie jest realizowane **w godzinach zegarowych**. Przerwy i czas walidacji są wliczone w czas usługi rozwojowej.

Szkolenie składa się z **18 godzin zajęć praktycznych, 6 godzin 30 minut zajęć teoretycznych, 4 godziny przerw oraz 30 min walidacji**, szczegółowa plan zajęć znajduje się w harmonogramie.

**Program szkolenia** jest dostosowany do określonej w karcie grupy docelowej, celu usługi i czasu jej trwania.

Warunkiem uzyskania certyfikatu/zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć oraz zaliczenia zajęć w formie uzyskania wyniku pozytywnego z testu oraz pozytywny wynik z formy walidacji w postaci: analizy dowodów i deklaracji oraz testu teoretycznego.

Przyjęte metody walidacji w pełni pozwalają na sprawdzenie uzyskania przez uczestnika oczekiwanych kompetencji w obszarze wiedza, umiejętności i kompetencje społeczne.

Usługodawca oświadcza, że proces walidacji jest zgodny z wytycznymi BUR.

Osiągnięcie efektów uczenia się zostanie zweryfikowane w wymienionych formach walidacji i potwierdzone przez osobę wskazaną do walidacji w niniejszej karcie.

Usługa nie wynika z obowiązku przeprowadzenia szkoleń na zajmowanym stanowisku pracy wynikających z odrębnych przepisów prawa (np. wstępne i okresowe szkolenia z zakresu BHP, szkolenia okresowe potwierdzające kwalifikacje na zajmowanym stanowisku pracy); nie dotyczy umiejętności lub kompetencji podstawowych tj. (z ang. basic skills: literacy, numeracy, ICT skills); nie jest tożsama z usługą, która została wcześniej sfinansowana w ramach dofinansowania z innych źródeł.

Szczegółowa podstawa prawna zwolnienia z VAT: art. 43 ust. 1 pkt 29 ustawy o VAT – zwolnieniu podlegają usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, inne niż wymienione w pkt 26, jeżeli są: (i) prowadzone w formach i na zasadach przewidzianych w odrębnych przepisach lub (ii) świadczone przez podmioty, które uzyskały akredytację w rozumieniu przepisów ustawy z dnia 14 grudnia 2016 r. – Prawo oświatowe – wyłącznie w zakresie usług objętych akredytacją oraz świadczenie usług i dostawa towarów ściśle z tymi usługami związane.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 36

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 36</b> Wprowadzenie do koncepcji wysokiej jakości obsługi klienta	Michał Dziekoński	20-05-2026	08:00	09:00	01:00
<b>2 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	20-05-2026	09:00	09:15	00:15
<b>3 z 36</b> Analiza wartości i sposobów współpracy w zespole	Michał Dziekoński	20-05-2026	09:15	10:45	01:30
<b>4 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	20-05-2026	10:45	11:00	00:15
<b>5 z 36</b> Wprowadzenie do symulacji strategicznej dotyczącej budowania wartości dla klienta	Michał Dziekoński	20-05-2026	11:00	11:30	00:30
<b>6 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	20-05-2026	11:30	12:00	00:30
<b>7 z 36</b> Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny	Michał Dziekoński	20-05-2026	12:00	13:30	01:30
<b>8 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	20-05-2026	13:30	13:45	00:15
<b>9 z 36</b> Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny	Michał Dziekoński	20-05-2026	13:45	15:15	01:30
<b>10 z 36</b> Podsumowanie doświadczeń z symulacji strategicznej	Michał Dziekoński	21-05-2026	08:00	09:00	01:00
<b>11 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	21-05-2026	09:00	09:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 36</b> Diagnoza ról zespołowych i ich wpływu na współpracę w organizacji	Michał Dziekoński	21-05-2026	09:15	10:45	01:30
<b>13 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	21-05-2026	10:45	11:00	00:15
<b>14 z 36</b> Mapowanie procesów wewnętrznych wpływających na doświadczenie klienta	Michał Dziekoński	21-05-2026	11:00	11:30	00:30
<b>15 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	21-05-2026	11:30	12:00	00:30
<b>16 z 36</b> Analiza możliwości usprawnienia procesów obsługi klienta	Michał Dziekoński	21-05-2026	12:00	13:30	01:30
<b>17 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	21-05-2026	13:30	13:45	00:15
<b>18 z 36</b> Analiza możliwości usprawnienia procesów obsługi klienta	Michał Dziekoński	21-05-2026	13:45	15:15	01:30
<b>19 z 36</b> Wprowadzenie do koncepcji sprzedaży opartej na wartości dla klienta	Michał Dziekoński	16-06-2026	08:00	09:00	01:00
<b>20 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	16-06-2026	09:00	09:15	00:15
<b>21 z 36</b> Diagnoza stylów myślenia i podejścia do rozwiązywania problemów	Michał Dziekoński	16-06-2026	09:15	10:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>22 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	16-06-2026	10:45	11:00	00:15
<b>23 z 36</b> Wprowadzenie do symulacji strategicznej z zakresu zarządzania sprzedażą	Michał Dziekoński	16-06-2026	11:00	11:30	00:30
<b>24 z 36</b> Realizacja symulacji strategicznej – planowanie działań sprzedażowych	Michał Dziekoński	16-06-2026	11:30	12:30	01:00
<b>25 z 36</b> Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny	Michał Dziekoński	16-06-2026	12:30	13:00	00:30
<b>26 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	16-06-2026	13:00	13:30	00:30
<b>27 z 36</b> Realizacja symulacji strategicznej – etap decyzyjny	Michał Dziekoński	16-06-2026	13:30	15:15	01:45
<b>28 z 36</b> Podsumowanie doświadczeń z symulacji sprzedażowej	Michał Dziekoński	17-06-2026	08:00	09:00	01:00
<b>29 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	17-06-2026	09:00	09:15	00:15
<b>30 z 36</b> Diagnoza ról menedżerskich w planowaniu i realizacji sprzedaży	Michał Dziekoński	17-06-2026	09:15	10:45	01:30
<b>31 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	17-06-2026	10:45	11:00	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>32 z 36</b> Analiza konkurencji i czynników sukcesu rynkowego	Michał Dziekoński	17-06-2026	11:00	12:00	01:00
<b>33 z 36</b> Analiza kierunków rozwoju sprzedaży	Michał Dziekoński	17-06-2026	12:00	13:15	01:15
<b>34 z 36</b> Przerwa	Michał Dziekoński	17-06-2026	13:15	13:45	00:30
<b>35 z 36</b> Podsumowanie szkolenia	Michał Dziekoński	17-06-2026	13:45	14:45	01:00
<b>36 z 36</b> Walidacja usługi	-	17-06-2026	14:45	15:15	00:30

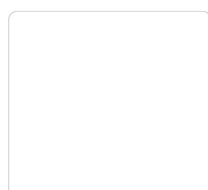
## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	4 872,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	4 872,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	168,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	168,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**

**Michał Dziekoński**

Doświadczony menedżer marketingu i strategii marketingowo-sprzedażowej. Od prawie dwudziestu lat prowadzi warsztaty dla menedżerów oraz specjalistów marketingu, sprzedaży i strategii także w dużych międzynarodowych korporacjach w języku angielskim. Stworzył kilkadziesiąt strategii dla firm różnej wielkości i z różnych branż, a w jego szkoleniach wzięło udział już ponad 6000 osób. Jest jednym z głównych prowadzących zajęcia na programach the Chartered Institute of Marketing w Grupie Questus. Przez kilkanaście lat był odpowiedzialny za zarządzanie marketingiem i markami realizując szereg programów międzynarodowych, m.in. jako interim ekspert w centrali Siemens Westinghouse w Orlando (USA). Współpracuje z uczelniami – od ponad pięciu lat związany jest z Akademią WSB w Dąbrowie Górniczej jako prowadzący zajęcia na studiach podyplomowych, a także – jako guest speaker – na studiach zaocznych, dziennych oraz konferencjach Akademii WSB. Posiada 200h godzinne doświadczenie w prowadzeniu szkoleń podobnej tematyce w ciągu ostatnich 24 miesięcy.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma na szkoleniu: materiały szkoleniowe: skrypt, prezentację, elektroniczne materiały poszkoleniowe oraz zaświadczenie o ukończeniu szkolenia.

### Warunki uczestnictwa

Warunki niezbędne do nabycia kompetencji w ramach usługi:

1. Uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej, potwierdzone przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora szkolenia liście obecności.
2. Udział w walidacji oraz potwierdzone na etapie walidacji nabycia przewidzianych dla usługi efektów uczenia się poprzez pozytywne zaliczenie testu.
3. Fakt uczestnictwa w każdym dniu usługi rozwojowej musi zostać potwierdzony przez uczestnika własnoręcznym podpisem złożonym na udostępnionej przez organizatora liście obecności (dotyczy usług stacjonarnych) i/lub raportem z logowania (dotyczy usług mieszanych oraz usług zdalnych w czasie rzeczywistym).
4. Przynależność do grupy docelowej usługi.

### Informacje dodatkowe

1. Po zakończeniu usługi uczestnik otrzyma zaświadczenie o ukończeniu usługi.
2. Usługa nie jest świadczona przez podmiot, z którym pracodawca lub delegowany pracownik korzystający ze wsparcia są powiązani kapitałowo lub osobowo.
3. Usługa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Beneficjenta lub partnera w danym projekcie oraz przez podmiot powiązany z Beneficjentem lub partnerem kapitałowo lub osobowo.
4. Usługodawca nie jest podmiotem jednocześnie korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce
5. Usługa nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych przedsiębiorcom lub ich pracownikom.

## Adres

ul. Grunwaldzka 182  
60-166 Poznań  
woj. wielkopolskie

### Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

# Kontakt



**JOANNA BASZYŃSKA**

**E-mail** [j.baszynska@senseconsulting.pl](mailto:j.baszynska@senseconsulting.pl)

**Telefon** (+48) 533 438 989