



Ernst & Young
spółka z
ograniczoną
odpowiedzialnością
Academy of
Business sp. k.

★★★★★ 4,6 / 5
459 ocen

Strategia sprzedaży – jak budować przewagę konkurencyjną – szkolenie z cyklu Akademia Menedżera Sprzedaży

Numer usługi 2026/08/07/10940/3734972

📍 Warszawa

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 15:30 h

📅 13.10.2026 do 14.10.2026

3 259,50 PLN brutto

2 650,00 PLN netto

210,29 PLN brutto/h

170,97 PLN netto/h

225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Szkolenie dedykowane jest dla:

- Menedżerów sprzedaży, którzy chcą zbudować zwycięską strategię sprzedaży.
- Właścicieli firmy i szefów sprzedaży, którzy chcą poukładać działania sprzedażowe i marketingowe w sprawnie działającą maszynę sprzedaży.
- Osób odpowiedzialnych za zdefiniowanie grupy docelowej firmy oraz zdefiniowanie propozycji wartości.
- Zarządzających sprzedażą odpowiedzialnych za zaprojektowanie procesu sprzedaży i aktywności sprzedażowych.
- Zarządzających sprzedażą chcących osiągać mierzalne, przewidywalne i skalowane wyniki sprzedaży.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

09-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie "Strategia sprzedaży – jak budować przewagę konkurencyjną – szkolenie z cyklu Akademia Menedżera Sprzedaży" przygotowuje uczestników do pełnienia roli skutecznego menedżera sprzedaży, poprzez wykorzystanie praktycznych i skutecznych metod budowania strategii sprzedaży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posługuje się wiedzą w zakresie tworzenia strategii sprzedażowych	• definiuje zasady budowy wygrywających strategii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• omawia Metody identyfikacji i wykorzystywania kluczowych trendów we współczesnej sprzedaży B2B	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• identyfikuje zasady definiowania i kwalifikowania rynków, na których warto być ze swoją ofertą	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• analizuje sprawdzone metody definiowania portfolio oferowanych produktów i usług	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wykorzystuje metody pozwalające budować skuteczne strategie sprzedażowe	• stosuje segmentację klientów (nowych i obecnych)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• projektuje persony zakupowe i customer journey	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• wdraża metody identyfikacji i wykorzystywania kluczowych trendów we współczesnej sprzedaży B2B	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• analizuje grupy docelowe i wybiera segmenty klientów z potencjałem biznesowym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• priorytetyzuje obecnych i przyszłych klientów w taki sposób, by koncentrować się tych o największym potencjale biznesu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje się świadomością konieczności ciągłej aktualizacji wiedzy w zakresie tworzenia skutecznych strategii sprzedażowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• tworzy dokument strategii sprzedaży (w tym dokumenty towarzyszące) oraz jak efektywnie procedować go wewnątrz organizacji	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?

Program

PROGRAM

- Strategia sprzedaży. Zasady budowy wygrywających strategii
- Tworzenie lub przegląd istniejącej grupy docelowej
- Segmentacja klientów (nowych i obecnych)
- Projektowanie person zakupowych i customer journey
- Opracowanie propozycji wartości dedykowanej personom zakupowym
- Metody identyfikacji i wykorzystywania kluczowych trendów we współczesnej sprzedaży B2B
- Skuteczna analiza grup docelowych i wybór segmentów klientów z potencjałem biznesowym
- Zasady definiowania i kwalifikowania rynków, na których warto być ze swoją ofertą
- Sprawdzone metody definiowania portfolio oferowanych produktów i usług, by odpowiadały potrzebom rynku i poszczególnych segmentów klientów;
- Priorytetyzacja obecnych i przyszłych klientów w taki sposób, by koncentrować się tych o największym potencjale biznesu;
- Projektowanie struktury działu sprzedaży, by maksymalnie wykorzystywać potencjał sprzedażowy organizacji;
- Precyzyjnie definiowanie punktów styku działu sprzedaży z innymi działami w firmie (na poziomie budowania strategii sprzedaży)
- Tworzenie dokumentu strategii sprzedaży (w tym dokumentów towarzyszących) oraz jak efektywnie procedować go wewnątrz organizacji
- Planowanie skutecznego wdrożenia strategii, polegającego na jej pełnej operacjonalizacji
- Zasady planowania i przeprowadzenia procesu tworzenia strategii sprzedażowej, angażującego kluczowe działy i osoby w firmie.

INFORMACJE DODATKOWE

Grupa docelowa:

Szkolenie dedykowane jest dla:

- Menedżerów sprzedaży, którzy chcą zbudować zwycięską strategię sprzedaży
- Właścicieli firmy i szefów sprzedaży, którzy chcą poukładać działania sprzedażowe i marketingowe w sprawnie działającą maszynę sprzedaży
- Osób odpowiedzialnych za zdefiniowanie grupy docelowej firmy oraz zdefiniowanie propozycji wartości
- Zarządzających sprzedażą odpowiedzialnych za zaprojektowanie procesu sprzedaży i aktywności sprzedażowych
- Zarządzających sprzedażą chcących osiągać mierzalne, przewidywalne i skalowane wyniki sprzedaży

Czas trwania szkolenia:

Szkolenie trwa **15,5 godzin zegarowych**, w tym: **6,5 godziny** stanowi część praktyczna, **6 godzin** część teoretyczna, **30 minut** walidacja. Podana ilość godzin szkolenia zawiera czas trwania przerw.

Walidacja:

Po szkoleniu przeprowadzana będzie walidacja w formie testu teoretycznego. Pytania testowe przygotowane zostały przez niezależnego walidatora, zapewniając rozdzielenie funkcji uczenia od walidacji. Test przeprowadzany będzie w formie online, poprzez wykorzystanie platformy zewnętrznej. Osoba walidująca nie jest obecna w części szkoleniowej. W harmonogramie szkolenia, został wskazany przybliżony czas przeprowadzenia walidacji usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 22

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Strategia sprzedaży. Zasady budowy wygrywających strategii	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	09:00	09:30	00:30
2 z 22 Tworzenie lub przegląd istniejącej grupy docelowej	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	09:30	10:00	00:30
3 z 22 Segmentacja klientów (nowych i obecnych)	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 22 Projektowanie person zakupowych i customer journey	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	10:30	11:00	00:30
5 z 22 -	Przerwa	-	13-10-2026	11:00	11:15	00:15
6 z 22 Opracowanie propozycji wartości dedykowanej personom zakupowym	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	11:15	12:00	00:45
7 z 22 Metody identyfikacji i wykorzystywania kluczowych trendów we współczesnej sprzedaży B2B	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	12:00	13:00	01:00
8 z 22 -	Przerwa	-	13-10-2026	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 22 Skuteczna analiza grup docelowych i wybór segmentów klientów z potencjałem biznesowym	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	13:45	15:00	01:15
10 z 22 -	Przerwa	-	13-10-2026	15:00	15:15	00:15
11 z 22 Zasady definiowania i kwalifikowania rynków, na których warto być ze swoją ofertą	Zajęcia	Marek Romik	13-10-2026	15:15	16:30	01:15
12 z 22 Sprawdzone metody definiowania portfolio oferowanych produktów i usług, by odpowiadały potrzebom rynku i poszczególnych segmentów klientów	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	09:00	10:00	01:00
13 z 22 Priorytetyzacja obecnych i przyszłych klientów w taki sposób, by koncentrować się tych o największym potencjale biznesu	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 22 Projektowanie struktury działu sprzedaży, by maksymalnie wykorzystywać potencjał sprzedażowy organizacji	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	10:30	11:00	00:30
15 z 22 -	Przerwa	-	14-10-2026	11:00	11:15	00:15
16 z 22 Precyzyjnie definiowanie punktów styku działu sprzedaży z innymi działami w firmie (na poziomie budowania strategii sprzedaży)	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	11:15	12:00	00:45
17 z 22 Tworzenie dokumentu strategii sprzedaży (w tym dokumentów towarzyszących) oraz jak efektywnie procedować go wewnątrz organizacji	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	12:00	13:00	01:00
18 z 22 -	Przerwa	-	14-10-2026	13:00	13:45	00:45
19 z 22 Planowanie skutecznego wdrożenia strategii, polegającego na jej pełnej operacjonalizacji	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	13:45	15:00	01:15
20 z 22 -	Przerwa	-	14-10-2026	15:00	15:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 22 Zasady planowania i przeprowadzenia procesu tworzenia strategii sprzedażowej, angażującego kluczowe działy i osoby w firmie	Zajęcia	Paweł Ciszak	14-10-2026	15:15	16:30	01:15
22 z 22 -	Walidacja	-	14-10-2026	16:30	17:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	15:30
w tym suma godzin zajęć	12:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	17:15

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 259,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 650,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

210,29 PLN

Koszt osobogodziny netto

170,97 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Liczba godzin zegarowych usługi

15:30

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Marek Romik

Trener EY Academy of Business.

Marek od niemal 20 lat wspiera firmy w obszarze marketingu i sprzedaży, łącząc doświadczenie zdobyte na stanowiskach specjalistycznych, menedżerskich i w projektach strategicznych.

Marek zajmuje się projektowaniem i optymalizacją procesów, wdrażaniem systemów CRM, automatyzacją działań oraz integrowaniem marketingu z procesem sprzedaży.

Pracował dla organizacji produkcyjnych, handlowych i usługowych, prowadząc projekty rozwojowe i transformacyjne – od budowy propozycji wartości i lejków prospectingowych, po wdrożenia narzędzi digitalowych i raportowanie wyników biznesowych. Zaczynał swoją pracę jako handlowiec, aby dość szybko przejść do funkcji managerskich. Dzięki przejściu przez wszystkie szczeble kariery łączy perspektywę operacyjną z zarządczą, co pozwala mu skutecznie doradzać i wdrażać rozwiązania.



2 z 2

Paweł Ciszak

Wieloletni przedsiębiorca związany ze sprzedażą, zarządzaniem i rekrutacją, trener EY Academy of Business. Od ponad 17 lat prowadzi własną firmę. Jest biznesowym praktykiem. Wszystko, z czego szkoli, sam zrobił przynajmniej 100 razy. Paweł posiada doświadczenie w zarządzaniu wielomilionowymi budżetami i strukturami znacznie przekraczającymi pół tysiąca współpracowników. Odpowiadał za rekrutację setek kandydatów na stanowiska sprzedażowe, menedżerskie i dyrektorskie. Stworzył autorską akademię rozwoju kompetencji menedżerskich, którą prowadził przez 5 lat, kształcąc w niej i przygotowując do awansu ponad 100 przyszłych menedżerów, dyrektorów i trenerów.

Swoją karierę rozwijał przede wszystkim w Grupie PZU, gdzie przeszedł ścieżkę od Agenta do Dyrektora Regionu, odpowiedzialnego za biznes na terenie połowy Polski. Wszystkie stanowiska menedżerskie obejmował jako najmłodszy w firmie.

Dziś prowadzi projekty rozwojowe i wdrożeniowe w wielu branżach – od branży filmowej, aż po energetykę.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

Warunki uczestnictwa

Ogólne warunki świadczenia usług poprzez Ernst & Young spółka z ograniczoną odpowiedzialnością Academy of Business sp. k. dostępne są na stronie: <https://www.academyofbusiness.pl/ogolne-warunki-swiadczenia-uslug-osobom-prawnym/>

Informacje dodatkowe

- Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.
- Godziny realizacji poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.
- Szkolenie jest częścią programu „Akademia Menedżera Sprzedaży”.

Adres

al. Armii Ludowej 26
00-609 Warszawa
woj. mazowieckie

Centrum konferencyjne EY Academy of Business - budynek Focus, 1 piętro, wjazd schodami ruchomymi/windą.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

Kontakt



Zuzanna Stępień

E-mail zuzanna.stepien@pl.ey.com

Telefon (+48) 510 201 314