



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

★★★★★ 4,6 / 5
459 ocen

Budowa i wdrożenie skutecznych procesów pozyskania klienta i pracy z obecnymi klientami (account management) – szkolenie z cyklu Akademia Menedżera Sprzedaży

Numer usługi 2026/08/07/10940/3735016

📍 Warszawa
🏢 Usługa szkoleniowa
📅 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 15:30 h
📅 17.11.2026 do 18.11.2026

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: • Szefów sprzedaży chcących zbudować efektywny proces sprzedaży skalibrowany z działaniami marketingowymi • Menedżerów sprzedaży odpowiedzialnych za budowanie procesów pozyskiwania nowych klientów i utrzymywania obecnych • Zarządzających sprzedażą, którzy chcą osiągać mierzalne, przewidywalne i skalowane wyniki sprzedaży • Właścicieli firmy i szefów sprzedaży, którzy chcą poukładać działania sprzedażowe i marketingowe oraz zbudować sprawnie działającą maszynę sprzedaży
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	13-11-2026
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 "Budowa i wdrożenie skutecznych procesów pozyskania klienta i pracy z obecnymi klientami (account management) – szkolenie z cyklu Akademia Menedżera Sprzedaży" przygotowuje uczestników do skutecznego pozyskiwania, rozwijania i utrzymywania klientów poprzez projektowanie procesów sprzedażowych i account management, wykorzystanie CRM, analizę danych oraz wdrażanie działań zwiększających efektywność i przewidywalność wyników biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posługuje się wiedzą w zakresie procesu sprzedaży w oparciu o procesy zakupowe klienta i analizę win-loss	• identyfikuje etapy procesu zakupowego klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• definiuje kluczowe czynności w procesie pozyskania klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• omawia najczęstsze błędy przy tworzeniu procesów pozyskania klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• charakteryzuje bazę klientów pod kątem potencjału wzrostu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik wykorzystuje w swojej pracy narzędzia i metody nowoczesnego prospectingu	• planuje wdrożenie w zespołach odpowiedniej aktywności i rutyny	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• buduje procesy z obecnymi klientami	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• wdraża CRM do analizy lojalności i reaktywności klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• stosuje plan rozwoju klienta (Account Plan)	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	• identyfikuje kryteria kwalifikacji i dyskwalifikacji potencjalnych szans sprzedaży	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

PROGRAM

- *Szkolenie w dniu 17.11.2026 r. poprowadzi również trener Marek Traczyk.*
- *Szkolenie w dniu 18.11.2026 r. poprowadzi również trener: Marek Romik.*

Uczestnicy zdobędą konkretne kompetencje:

- Budowa lejków sprzedażowych i marketingowych opartych o etapy procesu zakupowego klienta – od pierwszego kontaktu z Twoją marką, aż do regularnych zakupów
- Uczestnicy budują swoje procesy pozyskania klienta (lub dokonują review obecnych procesów w ich firmach), w oparciu o określenie etapów i kluczowych czynności. Tak zbudowane procesy mogą implementować bezpośrednio do CRM
- Opis kluczowych czynności w procesie pozyskania klienta w taki sposób, by były nie tylko mierzalne, ale przede wszystkim, by przekładały się na oczekiwane rezultaty. Podczas warsztatów omawiamy także przykłady procesów i opisów czynności z różnych branż
- Szczególny nacisk kładziemy na określenie kryteriów kwalifikacji i dyskwalifikacji potencjalnych szans sprzedaży, by od początku koncentrować się na tych właściwych
- Podczas warsztatów omawiamy najczęstsze błędy przy tworzeniu procesów pozyskania klienta – dowiesz się jak unikać kosztownych pułapek i braku sprawczości
- Najskuteczniejsze metody prospectingu i generowania leadów, oparte na aktualnych narzędziach digital, dostępnych bazach, social sellingu i danych z CRM.
- Analiza i optymalizacja konwersji – gdzie w Twojej organizacji faktycznie giną szanse sprzedażowe, jakie błędy popełniają handlowcy, i jak przekuć te dane w konkretne decyzje rozwojowe.
- „7 grzechów głównych w procesie pozyskania klienta” – diagnoza momentów, w których zespół traci efektywność lub przepala potencjał sprzedażowy, gubiąc odpowiednią konwersję
- Jak skutecznie wdrożyć proces pozyskania klienta, by wyniki stały się bardziej przewidywalne, wpływ na kluczowe aktywności większy, a prognoza sprzedaży bardziej precyzyjna

Druga część modułu skupia się na Account Management, czyli tworzeniu uporządkowanego procesu pracy z obecnymi klientami. Uczestnicy nauczą się:

- jak podzielić bazę klientów pod kątem potencjału wzrostu i wartości strategicznej
- jak dopasować odpowiednie osoby i aktywności do klientów o różnym potencjale wzrostu
- jak budować plan rozwoju klienta (Account Plan), uwzględniający szanse cross- i upsellingowe oraz rozwijanie tzw. mapy relacji (omawiamy kilka podejść, dopasowanych do klientów o różnym potencjale rozwoju współpracy)
- jak wdrażać w zespołach odpowiednie aktywności i rutyny – regularne przeglądy biznesu, planowanie działań, utrzymanie zaangażowania klienta i rozwój współpracy o nowe linie biznesu (z przypisaniem odpowiedzialności do właściwych osób w firmie)
- jak unikać relacji 1 do 1 we współpracy z kluczowymi klientami i rozwijać je do poziomu relacji „wielu do wielu”, czyli jak budować tzw. account team do współpracy z klientem
- jak skutecznie włączać dane z CRM do analizy lojalności i reaktywności klientów, a także jak budując tzw. pamięć organizacji skutecznie planować działania rozwijające współpracę z klientem
- jak zbudować procesy pracy z obecnymi Klientami (uczestnicy budują własne procesy lub dokonują review obecnych procesów w ich firmach), w oparciu o określenie etapów i kluczowych czynności. Omawiamy także przykłady procesów z różnych branż
- jak skutecznie wdrożyć proces pracy z obecnymi klientami krok po kroku (w szczególności jak trwale zaangażować odpowiednie osoby w firmie do wspólnych działań)

- jak uniknąć najczęstszych błędów przy tworzeniu procesów pracy z obecnymi klientami

Dzięki połączeniu wiedzy z zakresu pozyskiwania, utrzymania i rozwoju klientów, uczestnicy zyskują praktyczny system zarządzania relacjami handlowymi. Moduł pomaga stworzyć procesy, które są skalowalne, odporne na rotację handlowców i osadzone w realiach biznesowych organizacji.

INFORMACJE DODATKOWE

Grupa docelowa:

Szkolenie dedykowane jest dla:

- Szefów sprzedaży chcących zbudować efektywny proces sprzedaży skalibrowany z działaniami marketingowymi
- Menedżerów sprzedaży odpowiedzialnych za budowanie procesów pozyskiwania nowych klientów i utrzymywania obecnych
- Zarządzających sprzedażą, którzy chcą osiągać mierzalne, przewidywalne i skalowane wyniki sprzedaży
- Właścicieli firmy i szefów sprzedaży, którzy chcą poukładać działania sprzedażowe i marketingowe oraz zbudować sprawnie działającą maszynę sprzedaży

Czas trwania szkolenia:

Szkolenie trwa **15,5 godzin zegarowych**, w tym: **6,5 godzin** 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 rozdzielną funkcję 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: 23

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 23 Budowa lejków sprzedażowych i marketingowych opartych o etapy procesu zakupowego klienta – od pierwszego kontaktu z Twoją marką, aż do regularnych zakupów	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	09:00	10:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 23 Uczestnicy budują swoje procesy pozyskania klienta (lub dokonują review obecnych procesów w ich firmach), w oparciu o określenie etapów i kluczowych czynności.	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	10:00	11:00	01:00
3 z 23 -	Przerwa	-	17-11-2026	11:00	11:15	00:15
4 z 23 Opis kluczowych czynności w procesie pozyskania klienta w taki sposób, by były nie tylko mierzalne, ale przede wszystkim, by przekładały się na oczekiwane rezultaty.	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	11:15	12:00	00:45
5 z 23 Szczególny nacisk kładziemy na określenie kryteriów kwalifikacji i dyskwalifikacji i potencjalnych szans sprzedaży, by od początku koncentrować się na tych właściwych	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 23 -	Przerwa	-	17-11-2026	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 23 Podczas warsztatów omawiamy najczęstsze błędy przy tworzeniu procesów pozyskania klienta – dowiesz się jak unikać kosztownych pułapek i braku sprawczości	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	13:45	14:30	00:45
8 z 23 Najskuteczniejsze metody prospectingu i generowania leadów, oparte na aktualnych narzędziach digital, dostępnych bazach, social sellingu i danych z CRM	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	14:30	15:00	00:30
9 z 23 -	Przerwa	-	17-11-2026	15:00	15:15	00:15
10 z 23 Analiza i optymalizacja konwersji – gdzie w Twojej organizacji faktycznie giną szanse sprzedażowe, jakie błędy popełniają handlowcy, i jak przekuć te dane w konkretne decyzje rozwojowe.	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	15:15	16:00	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 23 „7 grzechów głównych w procesie pozyskania klienta”. Jak skutecznie wdrożyć proces pozyskania klienta	Zajęcia	Marek Romik	17-11-2026	16:00	16:30	00:30
12 z 23 Jak podzielić bazę klientów pod kątem potencjału wzrostu i wartości strategicznej. Jak dopasować odpowiednie osoby i aktywności do klientów o różnym potencjale wzrostu	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	09:00	10:00	01:00
13 z 23 jak budować plan rozwoju klienta (Account Plan), uwzględniając y szanse cross- i upsellingowe oraz rozwijanie tzw. mapy relacji	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	10:00	11:00	01:00
14 z 23 -	Przerwa	-	18-11-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 23 Jak wdrażać w zespołach odpowiednie aktywności i rutyny – regularne przeglądy biznesu, planowanie działań, utrzymanie zaangażowania klienta i rozwój współpracy o nowe linie biznesu	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	11:15	12:00	00:45
16 z 23 Jak unikać relacji 1 do 1 we współpracy z kluczowymi klientami i rozwijać je do poziomu relacji „wielu do wielu”, czyli jak budować tzw. account team do współpracy z klientem	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	12:00	13:00	01:00
17 z 23 -	Przerwa	-	18-11-2026	13:00	13:45	00:45
18 z 23 Jak skutecznie włączać dane z CRM do analizy lojalności i reaktywności klientów, a także jak budując tzw. pamięć organizacji skutecznie planować działania rozwijające współpracę z klientem	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	13:45	14:30	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 23 Jak zbudować procesy pracy z obecnymi Klientami	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	14:30	15:00	00:30
20 z 23 -	Przerwa	-	18-11-2026	15:00	15:15	00:15
21 z 23 Jak skutecznie wdrożyć proces pracy z obecnymi klientami krok po kroku (w szczególności jak trwale zaangażować odpowiednie osoby w firmie do wspólnych działań)	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	15:15	16:00	00:45
22 z 23 Jak uniknąć najczęstszych błędów przy tworzeniu procesów pracy z obecnymi klientami	Zajęcia	Marek Traczyk	18-11-2026	16:00	16:30	00:30
23 z 23 -	Walidacja	-	18-11-2026	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, jeżeli 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

Marek Traczyk

Menedżer sprzedaży, konsultant.

Praktyk sprzedaży B2B oraz doradcą rozwoju biznesu, specjalizującym się w budowie powtarzalnych i skalowalnych procesów sprzedaży oraz rozwoju sprzedaży międzynarodowej.

Posiada ponad 19 lat doświadczenia w zarządzaniu sprzedażą, ekspansji zagranicznej i rozwoju biznesu w firmach produkcyjnych i technologicznych. Pracował jako menedżer sprzedaży międzynarodowej i konsultant, wspierając organizacje w wejściu na nowe rynki oraz skalowaniu sprzedaży – w szczególności w Europie Zachodniej i USA.

W swojej pracy koncentruje się na porządkowaniu i wdrażaniu kluczowych mechanizmów sprzedaży B2B: od definiowania segmentów, ICP i propozycji wartości, przez projektowanie lejków sprzedażowych i standardów pracy zespołów, po rozwój prospectingu i relacji partnerskich na poziomie zarządów oraz top managementu. Ma doświadczenie we współpracy z Klientami z ponad 20 krajów oraz w realizacji projektów rozwoju sprzedaży i ekspansji międzynarodowej.

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