



Obrona marży w B2B – cena, rabaty, ustępstwa i negocjowanie wartości - szkolenie

Numer usługi 2026/08/31/41090/3779507

4 428,00 PLN brutto
3 600,00 PLN netto
276,75 PLN brutto/h
225,00 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

AYP SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,6 / 5

93 oceny

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 12.11.2026 do 13.11.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Sprzedaż

Grupa docelowa usługi

Grupą docelową szkolenia są osoby odpowiedzialne za sprzedaż i negocjacje w relacjach B2B: handlowcy, key account managerowie, przedstawiciele handlowi, doradcy klienta, menedżerowie sprzedaży oraz właściciele firm aktywnie uczestniczący w rozmowach z klientami. Szkolenie jest przeznaczone dla osób na poziomie średnio zaawansowanym i zaawansowanym, które mają już doświadczenie w sprzedaży B2B, ale chcą lepiej chronić marżę i świadomie reagować na presję cenową. Oferta jest szczególnie wartościowa dla uczestników pracujących w organizacjach, gdzie powszechne są rabaty, twarde negocjacje zakupowe i wymagający klienci. Program odpowiada na potrzeby uporządkowania podejścia do rabatów, wzmacniania pozycji negocjacyjnej, przechodzenia z rozmowy o cenie na rozmowę o wartości oraz wypracowania konkretnych strategii obrony marży na rzeczywistych przypadkach klientów.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

11-11-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

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

Celem edukacyjnym szkolenia jest przygotowanie uczestnika do samodzielnego prowadzenia negocjacji B2B ukierunkowanych na obronę marży, w tym analizy wpływu rabatów na rentowność, segmentacji portfela klientów, rozpoznawania presji cenowej i taktyk zakupowych, definiowania warunków brzegowych, planowania ustępstw oraz negocjowania wartości oferty zamiast samej ceny.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zależności między ceną, rabatem, marżą a rentownością sprzedaży w negocjacjach B2B.	Uczestnik omawia na przykładzie, jak różne poziomy rabatów wpływają na marżę i wynik transakcji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje portfel klientów B2B pod kątem źródeł presji rabatowej i priorytetów w ochronie marży.	Uczestnik przedstawia segmentację własnych klientów z identyfikacją kluczowych ryzyk i szans marżowych.	Analiza dowodów i deklaracji
Rozróżnia typowe taktyki zakupowe i gry negocjacyjne wywierające presję cenową w relacjach B2B.	Uczestnik wyjaśnia, po czym rozpoznaje wybrane taktyki kupujących i jakie niosą konsekwencje dla marży.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje przygotowanie negocjacji B2B, obejmujące warunki brzegowe, kwestie negocjowalne oraz plan ustępstw.	Uczestnik opracowuje mapę negocjacji dla konkretnego klienta, z określonymi limitami i sekwencją ustępstw.	Analiza dowodów i deklaracji
Stosuje argumentację wartości oraz techniki kotwiczenia i kontrpropozycji w rozmowie z klientem naciskającym na rabat.	Uczestnik demonstruje w scence negocjacyjnej odpowiedź na żądanie obniżki ceny z przeniesieniem rozmowy na korzyści biznesowe.	Analiza dowodów i deklaracji
Organizuje przebieg rozmowy z trudnym klientem, utrzymując klimat współpracy przy jednoczesnej obronie marży.	Uczestnik odgrywa scenariusz negocjacji, w którym kontroluje presję cenową i dąży do obustronnie akceptowalnego porozumienia.	Analiza dowodów i deklaracji

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

TAK

Program

- Moduł I: Marża jako cel negocjacji B2B• Cena, rabat i marża – jak decyzje handlowe wpływają na rentowność sprzedaży. • Sprzedaż relacyjna i transakcyjna a podatność na presję cenową. • Warsztat: Analiza wpływu rabatu na wynik i identyfikacja sytuacji, w których najczęściej tracimy marżę.
- Moduł II: Portfel klientów i strategia marżowa• Analiza portfela ABC i różnicowanie podejścia do klientów. • Identyfikacja szans, zagrożeń i źródeł presji rabatowej w portfolio. • Warsztat: Segmentacja własnych klientów i określenie priorytetów w ochronie marży.
- Moduł III: Psychologia presji cenowej i taktyki zakupowe• Przekonania handlowca wspierające i osłabiające pozycję negocjacyjną. • Najczęstsze gry i taktyki stosowane przez kupujących w negocjacjach B2B. • Reguły wpływu społecznego i świadome reagowanie na presję klienta. • Warsztat: Rozpoznawanie taktyk i przygotowanie skutecznych odpowiedzi.
- Moduł IV: Przygotowanie negocjacji i warunki brzegowe• Różnica między celem sprzedażowym a celem negocjacyjnym. • Definiowanie warunków brzegowych oraz kwestii podlegających negocjacji. • Planowanie ustępstw i zasada wymiany: każde ustępstwo powinno mieć swoją cenę. • Warsztat: Przygotowanie mapy negocjacji dla wybranego klienta.
- Moduł V: Negocjowanie wartości zamiast samej ceny• Argumentowanie wartości oferty i przenoszenie rozmowy z ceny na korzyści biznesowe. • Kotwiczenie, składanie propozycji i budowanie kontrpropozycji. • Ograniczanie automatycznych rabatów i prowadzenie rozmowy bez licytacji cenowej. • Warsztat: Przygotowanie argumentacji wartości oraz odpowiedzi na żądanie rabatu.
- Moduł VI: Cztery wymiary skutecznych negocjacji• Wymiar biznesu – interesy, cele i ekonomika porozumienia. • Wymiar siły, elastyczności i klimatu rozmów. • Gry symulacyjne rozwijające umiejętność działania pod presją: „Kurort”, „Piraci”, „Wyspa” i „OPEC”. • Warsztat: Analiza przebiegu symulacji i dobór strategii do sytuacji negocjacyjnej.
- Moduł VII: Obrona marży w rzeczywistym przypadku klienta• Łączenie analizy klienta, warunków brzegowych, argumentacji wartości i planu ustępstw. • Przygotowanie scenariusza rozmowy z trudnym klientem i reakcji na presję cenową. • Warsztat końcowy: Opracowanie strategii negocjacyjnej dla własnego przypadku oraz planu działania po szkoleniu.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Moduł I: Marża jako cel negocjacji B2B	Zajęcia	Artur Gryzik	12-11-2026	08:00	09:30	01:30
2 z 15 -	Przerwa	-	12-11-2026	09:30	09:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 15 Moduł II: Portfel klientów i strategia marżowa	Zajęcia	Artur Gryzik	12-11-2026	09:45	11:45	02:00
4 z 15 -	Przerwa	-	12-11-2026	11:45	12:15	00:30
5 z 15 Moduł III: Psychologia presji cenowej i taktyki zakupowe	Zajęcia	Artur Gryzik	12-11-2026	12:15	14:00	01:45
6 z 15 -	Przerwa	-	12-11-2026	14:00	14:15	00:15
7 z 15 Moduł IV: Przygotowanie negocjacji i warunki brzegowe	Zajęcia	Artur Gryzik	12-11-2026	14:15	16:00	01:45
8 z 15 Moduł V: Negocjowanie wartości zamiast samej ceny	Zajęcia	Artur Gryzik	13-11-2026	08:00	10:00	02:00
9 z 15 -	Przerwa	-	13-11-2026	10:00	10:15	00:15
10 z 15 Moduł VI: Cztery wymiary skutecznych negocjacji	Zajęcia	Artur Gryzik	13-11-2026	10:15	12:15	02:00
11 z 15 -	Przerwa	-	13-11-2026	12:15	12:45	00:30
12 z 15 Moduł VII: Obrona marży w rzeczywistym przypadku klienta	Zajęcia	Artur Gryzik	13-11-2026	12:45	14:45	02:00
13 z 15 -	Przerwa	-	13-11-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 15 Moduł VII: Obrona marży w rzeczywistym przypadku przypadku klienta	Zajęcia	Artur Gryzik	13-11-2026	15:00	15:30	00:30
15 z 15 -	Walidacja	-	13-11-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

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 z zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 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

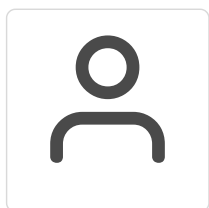
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 428,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	276,75 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Gryzik

Trener i praktyk biznesu z 24-letnim doświadczeniem w prowadzeniu szkoleń oraz blisko 9 tysiącami godzin pracy szkoleniowej. Swoje kompetencje trenerskie opiera na wieloletniej praktyce handlowej i menedżerskiej, zdobytej w sprzedaży, zarządzaniu placówką, kierowaniu zespołem trenerów oraz rozwijaniu relacji z klientami biznesowymi. Od 2013 roku prowadzi własną działalność szkoleniową i realizuje projekty dla przedsiębiorstw oraz instytucji w całej Polsce. Specjalizuje się w sprzedaży doradczej, negocjacjach handlowych, komunikacji, zarządzaniu zespołem, budowaniu zaangażowania, przywództwie, współpracy i rozwiązywaniu konfliktów. Wspiera handlowców w rozwijaniu kompetencji sprzedażowych, a menedżerów w skutecznej komunikacji, motywowaniu pracowników i tworzeniu warunków do efektywnej współpracy. W ciągu ostatnich 5 lat posiadał i rozwijał doświadczenie zawodowe bezpośrednio związane z tematyką prowadzonych szkoleń, realizując projekty rozwojowe dla kadry kierowniczej, zespołów sprzedażowych i pracowników organizacji. Jego szkolenia mają formę interaktywnych warsztatów, opartych na rzeczywistych sytuacjach uczestników, ćwiczeniach oraz wspólnym poszukiwaniu praktycznych rozwiązań możliwych do zastosowania w codziennej pracy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik po szkoleniu otrzyma materiał w formie prezentacji.

Warunki techniczne

Uczestnik powinien dysponować komputerem lub urządzeniem mobilnym (laptop, tablet) wyposażonym w kamerę oraz mikrofon. Wymagane jest stabilne połączenie z Internetem (zalecana prędkość min. 10 Mb/s).

Szkolenie realizowane jest za pośrednictwem platformy Zoom – uczestnik powinien posiadać zainstalowaną aplikację Zoom lub korzystać z aktualnej wersji przeglądarki internetowej. Przed rozpoczęciem szkolenia zaleca się sprawdzenie działania sprzętu (kamera, mikrofon, głośniki) oraz połączenia internetowego.

Uczestnik otrzymuje link do spotkania przed szkoleniem. Zaleca się dołączenie do spotkania z cichego miejsca, umożliwiającego aktywny udział w zajęciach, w tym udział w ćwiczeniach i dyskusjach.

Kontakt



MAGDALENA CZERNIAK

E-mail magda.czerniak@ayprime.pl

Telefon (+48) 784 170 725