



Centrum "Mentoris"
Mateusz Prucnal



Jak budować profesjonalny wizerunek poprzez sprzedaż i obsługę klienta, aby klient do nas wracał

Numer usługi 2025/03/27/25838/2652918

📍 Lublin / stacjonarna

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 12.04.2025 do 13.04.2025

3 040,00 PLN brutto

3 040,00 PLN netto

190,00 PLN brutto/h

190,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Właściciele firm/menagerowie/handlowcy/osoby zajmujące się sprzedażą lub obsługą klienta
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	11-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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 rozwijanie umiejętności budowania profesjonalnego wizerunku i skutecznych relacji z klientami, z uwzględnieniem psychologii klienta oraz technik sprzedażowych. Szkolenie przygotowuje do zarządzania trudnymi sytuacjami, reklamacjami i obiekcjami, a także rozwija asertywność i lojalność wobec klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje cele i założenia szkolenia oraz charakteryzuje jego znaczenie dla rozwoju kompetencji sprzedażowych.	Uczestnik definiuje cele i założenia szkolenia	Test teoretyczny
Uczestnik charakteryzuje kluczowe elementy profesjonalnego wizerunku oraz analizuje wpływ wizerunku na budowanie relacji z klientem. Uczestnik projektuje własny profesjonalny wizerunek, stosując zasady budowania pozytywnego obrazu w kontakcie z klientem.	Uczestnik kontroluje wpływ wizerunku na budowanie relacji z klientem	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje odpowiednie elementy profesjonalnego wizerunku	Test teoretyczny
	Uczestnik projektuje własny profesjonalny wizerunek	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia zasady budowania pozytywnego obrazu w kontakcie z klientem	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje potrzeby i motywacje różnych typów klientów, stosując psychologiczne zasady identyfikacji grup docelowych.	Uczestnik stosuje psychologiczne zasady identyfikacji grup docelowych	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia i wskazuje odpowiednie typy klientów	Test teoretyczny
Uczestnik formułuje zasady budowania i utrzymywania długotrwałych relacji z klientami oraz stosuje te zasady w symulacjach kontaktu z klientem.	Uczestnik definiuje zasady budowania i utrzymywania długotrwałych relacji	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera zastosowanie odpowiedniej zasady w kontakcie z klientem	Test teoretyczny
Uczestnik opisuje i wdraża strategie budowania lojalności klientów poprzez programy lojalnościowe.	Uczestnik projektuje strategie budowania lojalności klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wskazuje różnice pomiędzy programem lojalnościowym a piramidą	Test teoretyczny
Uczestnik wyjaśnia rolę procesu sprzedaży jako kluczowego elementu budowania długotrwałych relacji z klientem.	Uczestnik definiuje rolę procesu sprzedaży	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia typy klientów	Test teoretyczny
Uczestnik identyfikuje typy klientów oraz dobiera odpowiednie techniki sprzedażowe do każdego typu.	Uczestnik dobiera technikę sprzedażową pod odpowiedni typ klienta	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opracowuje skuteczne strategie radzenia sobie z reklamacjami, obiekcjami i uwagami klientów, stosując je w praktyce.	Uczestnik projektuje strategie radzenia sobie z reklamacjami	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje odpowiedni sposób podejścia do klienta w trakcie rozmowy reklamacyjnej	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje aspekty psychologiczne interakcji z trudnym klientem i stosuje techniki radzenia sobie w trudnych sytuacjach.	Uczestnik charakteryzuje aspekty psychologiczne interakcji z trudnym klientem	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera technikę radzenia sobie w trudnych sytuacjach do odpowiedniego przypadku	Test teoretyczny
Uczestnik rozwija postawę asertywną w kontaktach z klientami, stosując techniki asertywności w symulacjach sprzedażowych.	Uczestnik rozróżnia techniki asertywności	Test teoretyczny
	Uczestnik rozróżnia w jakich sytuacjach można stosować techniki asertywności a w jakich są one nieodpowiednie	Test teoretyczny
Uczestnik uczestniczy w symulacjach sprzedażowych, wykorzystując zdobyte umiejętności w praktyce.	Uczestnik wykorzystuje zdobyte umiejętności w praktyce	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. Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma zaświadczenie ukończenia szkolenia, które potwierdzać będzie uzyskanie kompetencji.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak. Zaświadczenie ukończenia szkolenia zawiera opis kryteriów weryfikacji efektów uczenia się

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak. Dokument potwierdzać będzie zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Szkolenie jest realizowane w godzinach zegarowych. Przerwy wliczają się w czas trwania szkolenia.

Część teoretyczna realizowana jest w ciągu 7 godzin zegarowych, część praktyczna to 8 godzin zegarowych.

Dzień 1

1.Wprowadzenie do szkolenia

Powitanie uczestników, przedstawienie celów szkolenia oraz omówienie planu na kolejne dni. Wyjaśnienie, dlaczego budowanie relacji z klientami jest kluczowe dla sukcesu biznesowego.

2.Znaczenie profesjonalnego wizerunku (teoria i praktyka)

Teoretyczne omówienie wpływu pierwszego wrażenia na postrzeganie firmy przez klienta. Praktyczne ćwiczenia z zakresu autoprezentacji i budowania profesjonalnego wizerunku w różnych sytuacjach zawodowych.

3.Kluczowe elementy budowania wizerunku (teoria i praktyka)

Wyjaśnienie kluczowych aspektów, takich jak spójność komunikacji, estetyka materiałów marketingowych i język korzyści. Praktyczne warsztaty dotyczące kreowania wizerunku firmy za pomocą mediów społecznościowych i kontaktów bezpośrednich.

4.Psychologia klienta (kim jest mój klient?) (teoria)

Analiza typów klientów i ich motywacji zakupowych w oparciu o podstawy psychologii. Nauka rozpoznawania potrzeb klientów oraz dopasowywania do nich komunikacji i oferty.

5.Zasady budowania relacji z klientami (w tym także zasady budowania relacji długotrwałych) (teoria i praktyka)

Teoria relacji oparta na zaufaniu, lojalności i wzajemnych korzyściach. Ćwiczenia praktyczne z nawiązywania relacji i utrzymywania kontaktu z klientami w sposób naturalny i efektywny.

6.Budowanie relacji z klientem z wykorzystaniem programów lojalnościowych (teoria i praktyka)

Omówienie roli programów lojalnościowych w budowaniu zaangażowania i retencji klientów. Warsztaty z projektowania prostego programu lojalnościowego i analizy jego efektywności.

Dzień 2

1. Sprzedaż jako proces budowania relacji (teoria i praktyka)

Omówienie sprzedaży jako procesu partnerskiego, który skupia się na zaspokajaniu potrzeb klienta. Ćwiczenia z prowadzenia rozmów sprzedażowych z akcentem na budowanie zaufania i tworzenie wartości.

2.Dobieranie techniki sprzedażowej do konkretnego typu klienta (teoria i praktyka)

Teoretyczne wprowadzenie do różnych typów klientów i odpowiednich dla nich technik sprzedażowych, takich jak SPIN czy storytelling itp.. Praktyczne symulacje dopasowywania techniki sprzedażowej do określonego scenariusza.

3.Reklamacje, obiekcje, uwagi (teoria i praktyka)

Wyjaśnienie, jak skutecznie reagować na reklamacje i obiekcje klientów, aby budować ich zaufanie. Praktyczne ćwiczenia w rozwiązywaniu problemów i prowadzeniu rozmów w trudnych sytuacjach.

4.Trudny klient czy trudna sytuacja - aspekty psychologiczne kontaktu z klientem w sytuacjach kłopotliwych czy konfliktowych (teoria i praktyka)

Analiza psychologicznych aspektów trudnych interakcji z klientami i sposoby radzenia sobie z emocjami obu stron. Symulacje rozmów w sytuacjach konfliktowych z uwzględnieniem technik mediacyjnych i deeskalacyjnych.

5.Postawa asertywna w kontaktach z klientem (teoria i praktyka)

Wprowadzenie do zasad asertywności, takich jak wyrażanie swoich potrzeb bez naruszania granic innych. Ćwiczenia praktyczne z asertywnej komunikacji w różnych sytuacjach sprzedażowych i usługowych.

6.Symulacje sprzedażowe (praktyka)

Scenariuszowe symulacje rozmów sprzedażowych z uwzględnieniem różnych typów klientów i sytuacji. Feedback od trenerów i uczestników w celu doskonalenia technik sprzedaży i budowania relacji.

7. Podsumowanie szkolenia

Omówienie najważniejszych punktów szkolenia i wspólna refleksja na temat zdobytych umiejętności. Przedstawienie planów działania do wdrożenia w praktyce zawodowej.

8. Walidacja

1. Sprawdzian w formie testu lub symulacji, aby ocenić opanowanie materiału przez uczestników. Wręczenie certyfikatów oraz omówienie obszarów do dalszego rozwoju.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Wprowadzenie do szkolenia	Piotr Nizioł	12-04-2025	08:00	08:30	00:30
2 z 15 Znaczenie profesjonalnego wizerunku	Piotr Nizioł	12-04-2025	08:30	10:00	01:30
3 z 15 Kluczowe elementy budowania wizerunku	Piotr Nizioł	12-04-2025	10:00	11:30	01:30
4 z 15 Psychologia klienta (kim jest mój klient?)	Piotr Nizioł	12-04-2025	11:30	13:00	01:30
5 z 15 Przerwa	Piotr Nizioł	12-04-2025	13:00	13:30	00:30
6 z 15 Zasady budowania relacji z klientami (w tym także zasady budowania relacji długotrwałych)	Piotr Nizioł	12-04-2025	13:30	15:00	01:30
7 z 15 Budowanie relacji z klientem z wykorzystaniem programów lojalnościowych	Piotr Nizioł	12-04-2025	15:00	16:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 15 Sprzedaż jako proces budowania relacji	Piotr Nizioł	13-04-2025	08:00	09:00	01:00
9 z 15 Dobieranie techniki sprzedażowej do konkretnego typu klienta	Piotr Nizioł	13-04-2025	09:00	10:00	01:00
10 z 15 Reklamacje, obiekcje, uwagi	Piotr Nizioł	13-04-2025	10:00	11:30	01:30
11 z 15 Przerwa	Piotr Nizioł	13-04-2025	11:30	12:00	00:30
12 z 15 Trudny klient czy trudna sytuacja - aspekty psychologiczne kontaktu z klientem z sytuacjach kłopotliwych czy konfliktowych	Piotr Nizioł	13-04-2025	12:00	13:00	01:00
13 z 15 Postawa asertywna w kontaktach z klientem	Piotr Nizioł	13-04-2025	13:00	14:30	01:30
14 z 15 Symulacje sprzedażowe	Piotr Nizioł	13-04-2025	14:30	15:30	01:00
15 z 15 Walidacja	-	13-04-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 040,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 040,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto	190,00 PLN
---------------------------	------------

Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN
--------------------------	------------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Piotr Nizioł

Piotr Nizioł ukończył Zarządzanie i Marketing o specjalizacji Zarządzanie Kadrami na Katolickim Uniwersytecie Lubelskim. Jako wieloletni Prezes Fundacji Inkubator Przedsiębiorczości UMCS oraz obecny członek Zarządu Dotacja.info Sp. z o.o., zdobył bogate doświadczenie w obszarze doradztwa biznesowego i szkoleniach

Od ponad 7 lat prowadzi własną działalność gospodarczą, specjalizując się w szkoleniach menedżerskich, negocjacjach oraz budowaniu kultury organizacyjnej. Jego praktyczne podejście wspiera przedsiębiorstwa w efektywnym zarządzaniu zespołami oraz optymalizacji procesów biznesowych.

W ciągu ostatnich dwóch lat Piotr Nizioł przeprowadził ponad 200 godzin szkoleń z zakresu zarządzania przedsiębiorstwem i sprzedaży. Jego warsztaty kładą nacisk na rozwój kompetencji menedżerskich oraz wprowadzanie innowacyjnych modeli pracy. Uczestnicy cenią jego profesjonalizm, zaangażowanie oraz umiejętność dostosowania treści do praktycznych potrzeb biznesu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zostaną przekazane uczestnikom w trakcie szkolenia

Adres

ul. Stanisława Leszczyńskiego 25/U0,04

20-068 Lublin

woj. lubelskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Karolina Goral-Gąsior

E-mail karolina.goral.gasior@gmail.com

Telefon (+48) 576 660 150