

We Make You Grow!

Nasza wiedza wspiera Twój biznes.



Firma szkoleniowa Human Skills

Akademia Sprzedaży

**Kompleksowy cykl szkoleń dla pracowników
działów sprzedaży, zwiększający efektywność
sprzedaży i budowania relacji z klientami**

Grow!



Human Skills

We Make You Grow

ul. Widok 18/2,
00-023 Warszawa

Strona | 1

DLACZEGO HUMAN SKILLS?

Od kilkunastu lat wspieramy w rozwoju Klientów B2B oraz B2C organizując szkolenia, warsztaty, kursy, czy indywidualne konsultacje. To ogromne doświadczenie i ciągła otwartość na zmiany sprawia, że co roku przechodzimy audyt oraz certyfikację **DEKRA Certification, będąc w gronie najlepszych firm szkoleniowych w Polsce.** Należymy do **Polskiej Izby Firm Szkoleniowych** działając zgodnie ze **Standardami Usług Szkoleniowych SUS.** Co roku aktualizujemy nasze usługi w **Rejestrze Instytucji Szkoleniowych RIS.** Współpracujemy z **Krajowym Funduszem Szkoleniowych KFS** oraz **Bazą Usług Szkoleniowych BUR.**

TU ZAPŁACISZ KARTĄ



Nasze logo to **cztery postaci, pomiędzy którymi powstaje kształt puzzla** - kluczowego elementu w budowaniu spójnej całości. Ten symbol ma dla nas ogromne znaczenie, bo prezentuje jednocześnie **siłę indywidualności**, jak i **zespołowy potencjał.** Jako firma szkoleniowo-doradcza dostarczamy sprawdzone i skuteczne usługi rozwojowe, mając zawsze na uwadze najwyższe standardy branży szkoleniowej oraz **indywidualne potrzeby naszych Klientów.** U nas każdy Klient oraz Uczestnik znajdzie przestrzeń, **by wzmocnić swoje kompetencje w zgodzie z własnym stylem działania.** Prowadzimy również projekt [Sukces Kobiety Biznesu.](#)

Motywy przewodnim naszej firmy są **4 energie** znane z wielu narzędzi diagnostycznych, jakimi dysponujemy: **Extended DISC, Insights Discovery, FRIS, Maxi DISC, kolory osobowości czy test kolorów Hartmana.** To za pomocą tych narzędzi nasi Klienci **odkrywają swoje mocne strony, wyjątkowe talenty oraz obszary do wzmocnienia.**

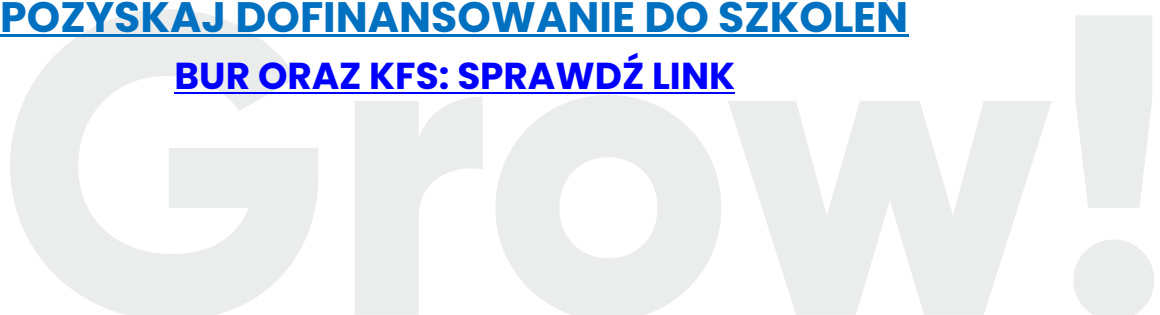
- **Energia Czerwona,** bo liczy się nastawienie na **cel** oraz **efekty** naszych Klientów.
- **Energia Niebieska,** bo działamy zawsze w oparciu o **wiedzę** i sprawdzone merytoryczne rozwiązania.
- **Energia Zielona,** bo stawiamy na **zespół**, który pracuje z pasją.
- **Energia Żółta,** bo czerpiemy **inspiracje** z globalnych trendów i innowacji.

Podstawą skuteczności naszych działań szkoleniowych jest nie tylko zaufanie Klientów poparte licznymi [referencjami, wyróżnieniami ekspertów](#), lecz także wewnętrzny system oceny oparty m.in. o **Model Kirkpatricka** – bo liczą się rezultaty.

Do powstania naszego hasła przewodniego: „**We Make You Grow**” zainspirowali nas nasi Klienci i historia każdego, wspólnie wypracowanego sukcesu. Realizujemy projekty rozwojowe tak, **aby przełożyć „Make” na „Grow”**, stale weryfikując propozycje w ramach katalogu naszych usług o najskuteczniejsze i niezawodne rozwiązania.

POZYSKAJ DOFINANSOWANIE DO SZKOLEŃ

BUR ORAZ KFS: SPRAWDŹ LINK



Wszystkie treści i materiały zawarte w tej publikacji, stanowią własność Human Skills i są utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jej część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody autora.

(22) 224 21 95-6

+48 603 906 655

biuro@humanskills.pl

www.humanskills.pl



SPIS TREŚCI

Co to jest Akademia Sprzedaży?.....	4
Dla kogo cykl Akademii Sprzedaży będzie idealny?.....	4
Dlaczego warto szkolić się w pełnym cyklu Akademii Sprzedaży?.....	5
Korzyści Akademii Sprzedaży.....	5
Tak wyglądają nasze szkolenia z cyklu Akademii Sprzedaży.....	6
Jak wygląda Akademia Menedżera?.....	7
Etap 1: Profesjonalna obsługa klienta i budowanie długotrwałych relacji.....	8
Etap 2: Aktywna sprzedaż w formie cold calling i cold meeting B2B i B2C.....	11
Etap 3: Techniki zamykania sprzedaży, reguły oraz modele sprzedaży z charakterystyką kluczowych kompetencji handlowców.....	14
Etap 4: Negocjacje z klientami.....	16
Etap 5: Storytelling w sprzedaży.....	19
Etap 6: Mindset klienta, czyli style myślenia w sprzedaży.....	22
Etap 7: Rola obsługi posprzedażowej w procesie sprzedaży.....	24
Informacje Organizacyjne.....	27

Grow!



Human Skills

We Make You Grow

ul. Widok 18/2,
00-023 Warszawa

Strona | 3

KOMPLEKSOWY CYKL SZKOLEŃ DLA PRACOWNIKÓW DZIAŁÓW SPRZEDAŻY, ZWIĘKSZAJĄCY EFEKTYWNOŚĆ SPRZEDAŻY I BUDOWANIA RELACJI Z KLIENTAMI: AKADEMIA SPRZEDAŻY

Współczesny świat biznesu jest niezwykle dynamiczny, zmienny i zróżnicowany. Umiejętność stosowania nowoczesnych technik sprzedaży, metod prezentacji, profesjonalnej obsługi klienta i budowanie relacji z klientami, stają się kluczowym elementem utrzymania odpowiedniej kondycji finansowej firmy. Klienci są bardziej świadomi, konkurencja – bardziej intensywna.

Świat sprzedaży zmienia się szybciej niż kiedykolwiek. Czy nadążasz?

- ? Czy zdarza Ci się myśleć, że wyniki sprzedaży Twojej firmy mogłyby być lepsze?
- ? Czujesz, że czasami brakuje Ci narzędzi, by pewnie zamknąć transakcję lub skutecznie przedstawić ofertę?
- ? A może brakuje Ci strategii, jak budować długoterminowe relacje, które zwiększą lojalność klientów?



AKADEMIA SPRZEDAŻY

Twoja ścieżka rozwoju

- stacjonarnie
- on-line

www.humanskills.pl

Zdobądź najnowszą wiedzę i przećwicz umiejętności z zakresu sprzedaży, negocjacji oraz obsługi klienta. Realizuj zakładane cele, równocześnie dbając o satysfakcję z wyników Twojej pracy.

Wszystkie treści i materiały zawarte w tej publikacji, stanowią własność Human Skills i są utworem w rozumieniu ustawy z dnia 4 lutego 1994 r. o prawie autorskim i prawach pokrewnych (Dz. U. Nr 90, poz. 631). Żadna jej część nie może być rozpowszechniana lub kopiowana w jakikolwiek sposób (elektroniczny, mechaniczny lub inny) bez pisemnej zgody autora.

(22) 224 21 95-6

+48 603 906 655

biuro@humanskills.pl

www.humanskills.pl



CO TO JEST AKADEMIA SPRZEDAŻY?

Akademia Sprzedaży to starannie skomponowany cykl szkoleń dedykowanych pracownikom zajmującym się sprzedażą, ofertowaniem usług firmy jak i profesjonalną obsługą klienta. To program szkoleń, które **w kompleksowy sposób dbają o rozwój umiejętności i kompetencji koniecznych do zadbania o realizację celów sprzedażowych firmy.**

Dzięki Akademii Sprzedaży zdobywasz nie tylko wiedzę sprzedażową, ale przede wszystkim **praktyczne umiejętności**, które pomogą Ci skuteczniej realizować cele firmy i własne. Zobaczysz różnicę w pewności siebie, efektywności działań a przy tym zadowoleniu klientów – to wszystko przełoży się na **wyższe zyski Twojej organizacji.**

PRZED AKADEMIA SPRZEDAŻY	PO AKADEMII SPRZEDAŻY
<ul style="list-style-type: none">× Niskie wyniki sprzedażowe.× Trudność w budowaniu relacji z klientami.× Niezdecydowanie.× Niepewność w negocjacjach.× Niskie rozpoznawanie potrzeb klienta.× Stosowanie przypadkowych technik sprzedaży.× Brak satysfakcji ze swojej pozycji zawodowej.	<ul style="list-style-type: none">✓ Dynamiczny wzrost wyników sprzedażowych.✓ Budowanie lojalnych relacji z klientami✓ Gotowość do działania.✓ Silna postawa i pewność siebie w negocjacjach.✓ Aktywne słuchanie i rozumienie potrzeb klienta.✓ Kreowanie wartości i przemyślane techniki sprzedaży.✓ Duma z osiągnięć i osobistego rozwoju.

DLA KOGO CYKL AKADEMII SPRZEDAŻY BĘDZIE IDEALNY?

Akademia Sprzedaży to cykl szkoleń, które polecamy:

- **Wszystkim pracownikom działów sprzedaży, przedstawicielom handlowym**, którzy chcą poznać najnowsze techniki sprzedaży, negocjacji, prezentacji czy obsługi klienta.
 - Wszystkim pracownikom **mającym bezpośredni kontakt z klientem** w punktach obsługi, doradcom klienta oraz odpowiedzialnym za kontakt posprzedażowy.
 - Pracownikom odpowiedzialnym **za szukanie nowych klientów dla firmy.**
- Poznanie cyklu Akademii Sprzedaży polecamy także szefom działów sprzedaży**, aby zdobyć wiedzę o kompleksowym przekroju kompetencji sprzedażowych, by świadomie zarządzać zespołem sprzedażowym, jego motywacją i rozwojem.



DLACZEGO WARTO SZKOLIĆ SIĘ W PEŁNYM CYKLU AKADEMII SPRZEDAŻY?

- **Cykl szkoleń Akademia Sprzedaży gwarantuje kompleksowe ujęcie i pozwala wzmocnić wiedzę, umiejętności i postawy związane ze sprzedażą.**
- Szkolenia wchodzące w skład Akademii Sprzedaży **dopełniają się wzajemnie** i rozszerzają wiedzę kluczową dla skutecznego realizowania celów sprzedażowych oraz utrzymywania długoterminowych relacji z klientami.
- Akademia Sprzedaży oferuje szkolenia mające zindywidualizowany charakter i są dostosowywane do Twoich potrzeb szkoleniowych. Każde szkolenie rozpoczyna się diagnozą potrzeb Uczestników.
- Kupujesz cykl szkoleń Akademii Sprzedaży **w atrakcyjnej, preferencyjnej cenie.** Zakup całego cyklu pozwala oszczędzić budżet szkoleniowy w wysokości kilkuset złotych.

KORZYŚCI AKADEMII SPRZEDAŻY

Korzyści Akademii Sprzedaży Dla Pracownika	Korzyści Akademii Sprzedaży Dla Firmy
<ul style="list-style-type: none">✓ Rozwiniesz kluczowe kompetencje sprzedażowe, poprawiając swoje wyniki.✓ Skorzystasz z gotowego, kompleksowego planu rozwoju bez konieczności szukania innych szkoleń.✓ Wzmocnisz wiedzę, postawy i umiejętności w ustrukturyzowanym procesie nauki.✓ Zdobędziesz pewność siebie i profesjonalizm, stając się ekspertem dla klientów i pracodawcy.✓ Będziesz gotowy na wyzwania w dynamicznym środowisku biznesowym.✓ Otrzymasz certyfikaty potwierdzające Twoje kompetencje.✓ Nawiążesz kontakty i wymienisz doświadczenia z pracownikami z różnych branż.✓ Zwiększysz satysfakcję z pracy, wdrażając zdobytą wiedzę w praktyce.	<ul style="list-style-type: none">✓ Zmniejszysz straty finansowe, zwiększając efektywność pracowników.✓ Obniżysz koszty szkoleń dzięki preferencyjnej cenie programu.✓ Poprawisz stabilność zatrudnienia poprzez wzrost zaangażowania zespołu.✓ Wzmocnisz konkurencyjność firmy, ułatwiając adaptację do zmian.✓ Zwiększysz potencjał i efektywność pracowników.✓ Zbudujesz zmotywowany zespół będący wizytówką organizacji.✓ Przygotujesz firmę na szybkie reagowanie na potrzeby klientów.✓ Wzmocnisz pozycję firmy jako pracodawcy dbającego o rozwój i efektywność zespołu.



TAK WYGLĄDAJĄ NASZE SZKOLENIA Z CYKLU AKADEMII SPRZEDAŻY

Program Akademii Sprzedaży został stworzony przez naszych czołowych trenerów sprzedaży, którzy zrealizowali w swojej karierze **dziesiątki szkoleń otwartych oraz dedykowanych, na zamówienie**. Wybrani do projektu trenerzy to osoby z dużym **doświadczeniem biznesowym** w działach sprzedaży, obsługi klienta, marketingu czy e-commerce, **wieloletnim doświadczeniem trenerskim oraz praktycznym**, jako wciąż czynni przedsiębiorcy. Swoją wiedzę w tematyce sprzedaży oraz utrzymania długoterminowych relacji z klientami dzielą się na praktycznych szkoleniach z cyklu Akademii Sprzedaży w Human Skills.





JAK WYGLĄDA AKADEMIA MENEDŻERA?

Akademia Sprzedaży to cykl szkoleń, które proponujemy w formie stacjonarnej w centrum Warszawy lub szkoleń na żywo w formie on-line.

Po każdej realizacji Uczestnik otrzymuje certyfikat zgodny ze Standardami Usług Szkoleniowych SUS 2.0 potwierdzający nabycie kompetencji z tematu przebytego szkolenia.

Akademia Sprzedaży ułożona jest w cykl składający się ze szkoleń, które uzupełniają się, pogłębiają wiedzę oraz umiejętności w zakresie efektywności sprzedażowej. Szkolenia można realizować zgodnie z zaproponowaną kolejnością lub uczestnicząc wyłącznie w wybranych tematach.



Grow!



ETAP 1: PROFESJONALNA OBSŁUGA KLIENTA I BUDOWANIE DŁUGOTRWAŁYCH RELACJI

„Profesjonalna obsługa klienta i budowanie długotrwałych relacji” to kompleksowe szkolenie skierowane jest do osób pracujących bezpośrednio lub telefonicznie z klientami, a także do przedstawicieli handlowych i doradców. Jego głównym celem jest rozwinięcie umiejętności kształtowania pozytywnych doświadczeń klientów oraz budowania relacji opartych na zaufaniu i lojalności, co znacząco wpływa na wizerunek organizacji.

Podczas zajęć uczestnicy nauczą się, jak profesjonalna obsługa klienta wpływa na reputację firmy, jak budować postawy proaktywne i empatyczne oraz jak skutecznie reagować na zróżnicowane potrzeby klientów. Warsztatowa formuła szkolenia umożliwi praktyczne przećwiczenie technik radzenia sobie z obiekcjami, aktywnego słuchania i efektywnej komunikacji, zarówno werbalnej, jak i niewerbalnej.

Szkolenie odbywa się w oparciu o cykl Kolba (doświadczenie – refleksja – teoria – planowanie), dzięki czemu uczestnicy mogą natychmiast zastosować nowe umiejętności w praktyce.

Szkolenie z profesjonalnej obsługi klienta i budowania z nim długotrwałych relacji prowadzi Trenerka Biznesu i Sprzedaży, Coach ICC, ICF, Ambasadorka Inteligencji Emocjonalnej, Przedsiębiorczynie [Agata Pawłowska](#).

Cele szkolenia:

Uczestnicy szkolenia rozszerzą swoją wiedzę i umiejętności z zakresu świadomego kształtowania doświadczenia Klienta oraz budowania długotrwałych relacji.

- Wpływu profesjonalnej obsługi Klienta na wizerunek organizacji.
- Budowania postawy proaktywnej, empatycznej w kontakcie z Klientem”.
- Rozpoznawania różnych typów Klientów i elastycznego reagowania w kontakcie z nimi.
- Klienta wczoraj i dziś – jak zmieniają się ich oczekiwania.
- Efektywnej komunikacji z wykorzystaniem narzędzi aktywnego słuchania.
- Kreowania postaw asertywnych w kontakcie z klientami.

Grupa docelowa:

- Pracownicy mający bezpośredni kontakt z Klientem w punktach obsługi.
- Pracownicy mające telefoniczny kontakt z Klientem.
- Przedstawiciele handlowi.
- Doradcy Klienta.



Metody pracy:

Program realizowany jest metodą warsztatową, zgodnie z cyklem Kolba (doświadczenie – refleksja – teoria – planowanie). Uczestnicy pracują w oparciu o:

- Ćwiczenia indywidualne i grupowe.
- Symulacje, case studies, odgrywanie ról.
- Analizy praktycznych przypadków, burze mózgów oraz testy wiedzy.
- Analizy nagrań video i nagrań telefonicznych.

PROGRAM SZKOLENIA

Moduł I: Klientocentriczność: hasło reklamowe czy praktyka

1. **Sukces w obsłudze Klienta** – jakie czynniki są decydujące?
2. **Diagnoza mocnych i słabych stron organizacji w zakresie Klientocentriczności** Analiza z perspektywy klienta.
3. **Sukces w obsłudze klienta:** Czym jest dobra obsługa i jak ją wdrażać na poziomie organizacji.

Moduł II: Model Zachowań Klientów

1. **Typologia klientów:** Skąd biorą się trudne zachowania? Rozpoznawanie i reagowanie.
2. **Potrzeby psychologiczne i merytoryczne:** Dopasowanie komunikacji do każdego typu klienta.
3. **Praktyczne sposoby reagowania:** Ćwiczenia w dopasowaniu postawy i komunikacji.
4. **Trudny Klient czy Klient w trudnej sytuacji?**

Moduł III: Komunikacja w Obsłudze Klienta

1. **Typowe błędy komunikacyjne:** Jak unikać i radzić sobie z nieporozumieniami.
2. **Zwroty pożądane i niepożądane:** Kształtowanie postawy asertywnej, ale empatycznej.
3. **Algorytm prowadzenia rozmowy (4 etapy):** Praktyczny schemat.
4. **Zasada 3 x PO (Posłuchaj, Powtórz, Pomóż):** Budowanie zaufania i skuteczne rozwiązywanie problemów.
5. **Wyłapywanie faktów z emocjonalnych wypowiedzi klienta** – parafraza i klaryfikacja;
6. **Jak kierować rozmową** – rola pytań i języka intencji;
7. **Standardy rozmowy telefonicznej** – analiz rozmów telefonicznych w celu zdiagnozowania błędów.
8. **Standardy korespondencji mailowej.**



Moduł IV: Reagowanie na Zastrzeżenia i Zarządzanie Konfliktami

1. **Matryca reagowania w trudnych sytuacjach:** wina firmy vs dotkliwość dla Klienta
2. **Rodzaje zastrzeżeń:** Od nieporozumień po skargi – skuteczne techniki rozwiązywania konfliktów.
3. **Techniki odpierania zastrzeżeń:** Jak reagować na zastrzeżenia klienta.
4. **Amortyzowanie negatywnych emocji:** „Tak, ale...” i inne techniki radzenia sobie z emocjami klienta.
5. **Negatywne postawy klienta:** Jak skutecznie rozwiązywać konflikty.

Moduł V: Asertywność w Kontakcie z Klientem

1. **Reakcja na osobiste ataki:** Asertywne stawianie granic, radzenie sobie z trudnymi zachowaniami.
2. **Odmowa przy nierealnych oczekiwaniach:** Umiejętności asertywnej odmowy, kiedy sytuacja tego wymaga.

Moduł VII: Bank Dobrych Praktyk

1. **Wymiana doświadczeń między uczestnikami:** Dzielnie się najlepszymi praktykami.
2. **Sztuka zadawania pytań:** Jak przeprowadzać diagnozę zadowolenia klienta i wnioskować o dalsze usprawnienia.

Uczestnicy dokonują ewaluacji zdobytych umiejętności, planując ich wdrożenie w codziennej pracy.

Szkolenie zapewnia kompleksową wiedzę i narzędzia, które umożliwią uczestnikom kształtowanie pozytywnych doświadczeń klienta i skuteczne budowanie relacji opartej na zaufaniu i lojalności.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)

Grow!



ETAP 2: AKTYWNA SPRZEDAŻ W FORMIE COLD CALLING I COLD MEETING B2B I B2C

Cold calling – aktywność sprzedażowa budząca opory i stres u wielu handlowców a jednak wciąż skuteczna i potrzebna umiejętność. Nie mniejszy problem sprawia prowadzenie pierwszego spotkania sprzedażowego u klienta z którym nie mamy jeszcze wypracowanych relacji. W trakcie naszego szkolenia przejdziemy wszystkie etapy cold callingu od przygotowań przed wykonaniem pierwszego telefonu, przez analizę najskuteczniejszych scenariuszy rozmowy po finalizowanie ustaleń dotyczących spotkania z klientem. W drugiej części przygotowujemy się do maksymalnie efektywnego poprowadzenia spotkania i prezentacji oferty naszej firmy. Szkolenie ma charakter warsztatowy a każdy blok tematyczny wypełniony jest ćwiczeniami, analizami i dyskusją. Praktyczne przykłady, gotowe rozwiązania i zaangażowanie wszystkich Uczestników gwarantują, że cold calling już dzień po szkoleniu będzie naturalną czynnością a nie stresującym obowiązkiem.

Szkolenie z aktywnej sprzedaży w formie cold callingu i cold meetingu B2B i B2C prowadzi Trenerka Sprzedaży i Obsługi Klienta, Konsultantka Biznesowa, Przedsiębiorczyni Natalia Kościuk.

Cele:

- **Efektywne prowadzenie rozmów telefonicznych (cold calling)**
 - Redukcja stresu i przygotowanie do rozmowy z nowym klientem, budowanie relacji od pierwszego kontaktu.
- **Skuteczne reagowanie na obiekcje klientów**
 - Poznanie technik przełamywania obiekcji oraz rozwój umiejętności aktywnego słuchania.
- **Profesjonalne przygotowanie i prowadzenie spotkań sprzedażowych (cold meeting)**
 - Planowanie spotkania, prezentowanie oferty językiem korzyści oraz zamykanie rozmowy.
- **Podniesienie profesjonalizmu i komfortu w komunikacji sprzedażowej**
 - Doskonalenie doboru słów, stosowanie aktywnego słuchania i technik budujących pewność siebie.

Grupa docelowa:

- Pracownicy odpowiedzialni za szukanie nowych klientów dla firmy.
- Osoby pracujące w sprzedaży telefonicznej.
- Przedstawiciele handlowi.
- Doradcy Klienta.



Metody pracy:

Program realizowany jest metodą warsztatową z aktywnym zaangażowaniem Uczestników.

Uczestnicy pracują w oparciu o:

- Ćwiczenia indywidualne i grupowe.
- Analizy SWOT.
- Dyskusję, burze mózgów i wspólne szukanie najlepszych rozwiązań.
- Analizę przykładowych rozmów telefonicznych.
- Analizę scenariuszy spotkania sprzedażowego.

PROGRAM SZKOLENIA:

Moduł I Przygotowanie do kontaktu z nowym klientem.

1. Wstęp, omówienie celów szkolenia, kontrakt.
2. Integracja grupy – ćwiczenie rozgrzewkowe „Głuchy telefon”.
3. Analiza ćwiczenia – jak przygotować się do pierwszego kontaktu z klientem ?
 - Źródła dostępnych informacji.
 - Analiza informacji.
 - Praca z informacjami, które posiadamy.
4. Czy wiesz po co dzwonicz? Cele rozmowy z klientem.

Moduł II Rozmowa telefoniczna z klientem.

1. Przygotowanie do rozmowy telefonicznej.
2. Zasada WiP.
3. Asystentka – nasz wróg czy sprzymierzeniec?
4. Etapy rozmowy telefonicznej z klientem.
5. Sztuka zadawania odpowiednich pytań.
 - Klasyfikacja 10 grup pytań podczas rozmowy z klientem.
 - Ćwiczenie „Kto pyta, nie błądzi”.
6. Najczęściej pojawiające się obiekcje i sposoby na ich przełamywanie.
 - Nie mam czasu.
 - Mam już dostawcę.
 - Nie potrzebujemy tego.
 - Nie mam budżetu.
7. Ćwiczenie „Sprzedaż niemożliwa”.

Grow!



Moduł III Spotkanie z klientem.

1. Przed spotkaniem – przygotowujemy checklistę.
2. Zasady dress code – o tym nie możesz zapominać.
3. Prezentacja – jak ją przygotować?
 - Objętość, układ, treść.
 - Język korzyści.
 - Prezentowanie oferty.
4. Zaplanuj przebieg spotkania z klientem – agenda spotkania.
5. Domykanie ustaleń.
6. Po spotkaniu: jak przeprowadzić skuteczny follow-up.

Moduł IV Zasady profesjonalnej i skutecznej komunikacji.

1. Słowa kluczowe i zakazane zwroty w komunikacji z klientami.
 - Ćwiczenie „Powiedzmy to inaczej”.
2. Aktywne słuchanie – kluczowa kompetencja w sprzedaży.
 - Czym jest aktywne słuchanie w praktyce.
 - Ćwiczenie „Priorytety klienta”.
 - Ćwiczenie „Lekcja plastyki”.
3. Podsumowanie i zakończenie szkolenia.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)

Grow!



ETAP 3: TECHNIKI ZAMYKANIA SPRZEDAŻY, REGUŁY ORAZ MODELE SPRZEDAŻY Z CHARAKTERYSTYKĄ KLUCZOWYCH KOMPETENCJI HANDLOWCÓW

Celem szkolenia jest poprawienie skuteczności działań handlowca zmierzających do zakończenia procesu sprzedaży. Na szkoleniu handlowcy dowiedzą się jak podtrzymywać kontakt z klientem, a także jak interpretować i reagować na przekazywane przez niego informacje lub sygnały.

Ponadto:

- Zweryfikujesz swoją wiedzę na temat poszczególnych etapów sprzedaży.
- Dowiesz się na jak rozpoznawać i interpretować oznaki motywacji klienta do zakupu.
- Nauczysz się jak podtrzymywać relację z klientem i nakłonić go do zakupu.
- Poznasz techniki zamykania sprzedaży.
- Przeanalizujesz i udoskonalisz swoją komunikację z klientem.

W programie omówimy m.in.:

1. Poszczególne etapy w procesie sprzedaży.
2. Techniki zamykania sprzedaży i reguły w procesie sprzedaży.
3. Komunikację z klientem, reagowanie na przekazywane sygnały.
4. Warianty reakcji handlowca na uzyskane informacje.
5. Modele sprzedaży i związane z nimi kluczowe kompetencje handlowca.
6. Style komunikacji i reakcje na odmowę kluczowych decydentów.
7. Asertywność jako kompetencja w dziale handlowym w sytuacjach trudnych i problemowych.

PROGRAM SZKOLENIA:

Moduł I. Techniki zamykania sprzedaży – Główne etapy procesu sprzedaży

- Wyznaczenie własnego celu w sprzedaży czyli analiza własna Uczestnika.
- Schemat prowadzenia rozmowy handlowej oraz zmiany schematu na przestrzeni lat.
- Zabawa symulacyjna w drodze po cele i wyniki.
- Cele na poszczególnych etapach rozmowy szansą na finalizację.
- „Wyróżnij się albo zgiń” – mocne strony handlowca i firmy.



Moduł II. Techniki zamykania sprzedaży – Aktywne słuchanie w procesie sprzedaży

- Zadawanie pytań jako element procesu słuchania i budowania współpracy:
- Próbne pytania zamykające.
- Ostateczne pytania zamykające.
- Werbalne i niewerbalne sygnały klienta.
- Płynne sposoby przejścia do finalizacji.

Moduł III. Techniki zamykania sprzedaży – Techniki i reguły w procesie sprzedaży

- Reguły Cialdiniego i ich zastosowanie w procesie sprzedaży.
- Motywacja klienta i styl myślenia w drodze do precyzji w komunikacji językiem korzyści.
- Model PCK [potrzeba – cecha – korzyść], i rozróżnianie stosowania w zależności od motywacji klienta.
- Techniki zamykania transakcji sprzedaży czyli 11 technik w drodze do finalizacji transakcji.

Moduł IV. Techniki zamykania sprzedaży – Komunikacja czyli wiodący styl komunikacji i pracy

- Diagnoza własnego stylu pracy i komunikacji, kwestionariusz.
- Jak rozmawiać z decydentami, kiedy odmawiają?
- Na co zwracać uwagę w procesie rozmowy z klientem?
- Empatia w komunikacji czyli zrozumienie obaw klienta, na przykładach trenera i Uczestników.
- Eufemizmy w rozmowie z klientem w ćwiczeniu.

Moduł V. Techniki zamykania sprzedaży – Kluczowe kompetencje handlowca

- Modele sprzedaży czyli branża i segment Klienta.
- Kluczowe kompetencje handlowca w zależności od modelu sprzedaży.
- Znaczenie asertywności w kontekście działu handlowego i pracy handlowca.
- Postawa partnerska w drodze do podnoszenia umiejętności komunikacyjnych i postawy asertywnej.
- Rozwój technik radzenia sobie z trudnymi sytuacjami i klientami, oraz wyrażenia asertywne.
- Rozwój pewności siebie poprzez umiejętności wyrażania własnych opinii w sposób konstruktywny.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)



ETAP 4: NEGOCJACJE Z KLIENTAMI

„Negocjacje z klientami” to dwuetapowe, intensywne szkolenie pozwalające uczestnikom rozwijać kluczowe umiejętności w zakresie prowadzenia negocjacji handlowych. Przeznaczone jest zarówno dla osób z doświadczeniem, jak i tych, które dopiero rozpoczynają swoją przygodę z negocjacjami w B2B i B2C. Szkolenie obejmuje szeroki zakres tematyczny, od rozpoznawania potrzeb klienta, przez budowanie trwałych relacji, aż po zaawansowane techniki negocjacyjne. Warsztaty mają charakter praktyczny, co pozwala uczestnikom na aktywne ćwiczenie poznawanych technik i narzędzi negocjacyjnych.

Szkolenie ze skutecznych negocjacji z klientami prowadzi Trenerka Zarządzania i Komunikacji, Certyfikowana Konsultantka i Coachka kryzysowa, Certyfikowana Coachka ICF na poziomie ACC, w trakcie akredytacji [Kinga Kuberek](#).

Cele szkolenia

1. **Zrozumienie psychologii klienta** – rozwinięcie wiedzy na temat percepcji klienta i technik wywierania pozytywnego wpływu.
2. **Wzmocnienie umiejętności rozpoznawania potrzeb klienta** – nabycie umiejętności badania rzeczywistych oczekiwań i problemów klientów.
3. **Rozwinięcie umiejętności perswazji i obrony przed manipulacją** – nauka rozpoznawania manipulacyjnych technik oraz skutecznych metod reagowania na nie.
4. **Wzmocnienie asertywności i zarządzanie emocjami** – budowanie umiejętności zachowania równowagi emocjonalnej i radzenia sobie ze stresem podczas negocjacji.
5. **Doskonalenie technik zamykania negocjacji i budowania długoterminowych relacji** – rozwijanie skutecznych strategii finalizacji rozmów oraz budowania trwałej wartości dla obu stron.

Korzyści dla uczestników

- Zwiększenie efektywności negocjacyjnej i zdolności do osiągnięcia korzystnych porozumień.
- Wzmocnienie pewności siebie dzięki poznaniu skutecznych technik reagowania na zastrzeżenia i obiekcje.
- Umiejętność budowania relacji opartych na zaufaniu oraz profesjonalne przygotowanie do każdego etapu negocjacji.
- Poprawa komunikacji z klientem, zarówno werbalnej, jak i niewerbalnej, z uwzględnieniem psychologicznych aspektów percepcji.
- Praktyczne umiejętności zarządzania emocjami i konfliktami, niezbędne w trudnych sytuacjach negocjacyjnych.



PROGRAM SZKOLENIA:

Dzień 1

1. **Co zrobić aby zostać zapamiętanym?**

- Świat przepętniony bodźcami – psychologia percepcji. Jak zauważyć i co zapamiętuje klient?
- Identyfikacja potrzeb klienta: Jak wyjść poza standardowy research i zbadać rzeczywiste potrzeby klienta- bank pomocnych pytań w oparciu o model coachingowy.
- Budowanie wartości dla klienta: Jak mądrze i sprytnie rozpocząć rozmowę, zaproponować spotkanie aby wzbudzić ciekawość – warsztat symulacji rozmów.
- Techniki przekonywania z uwzględnieniem komunikacji niewerbalnej i werbalnej.
- Moc języka – podświadome znaki i zakodowane informacje jakie wysyłamy i otrzymujemy w komunikacji językowym: analiza słów, wyrażań w kontekście nawiązywania relacji.
- Przewyciężanie obiekcji: techniki radzenia sobie z negatywnymi reakcjami i zastrzeżeniami – warsztat.

2. **Wpływ stylu myślenia i działania na relacje i proces decyzyjny**

- Jak styl myślenia i działania wpływa na nawiązywanie relacji – na podstawie modelu DISC.
- Autotest.
- Aspekty różnej interpretacji komunikatu: szumy komunikacyjne, intencje, stan emocjonalny. Teorie 4 uszy von Thuna.
- Proces podejmowania decyzji wg. psychologii poznawczej. Co wpływa na decyzję i jak się tworzy w naszych umysłach?
- Kluczowe zasady Sandlera: budowanie zaufania i wyrażanie szczerych intencji negocjacyjnych.
- Próg bólu: identyfikacja poziomu, do którego klient jest gotów iść w negocjacjach.
- Dopasowanie warunków do progu bólu: prezentowanie oferty w odniesieniu do preferencji klienta i językiem klienta – ćwiczenia praktyczne.

Grow!



3. **Proces i warunki negocjacyjne: rabaty, zniżki, propozycje**

- Mój styl negocjacyjny - autotest.
- Przygotowanie stanowiska przed przystąpieniem do procesu negocjacji – check lista. Warsztat przygotowania.
- Wpływ formy przeprowadzanie negocjacji na przebieg. Na co zwrócić uwagę w negocjacjach telefonicznych, na żywo, przetargowych, pisemnych? Praca na przykładach i analiza case studies.
- „Zgoda w zamian za”...co, kiedy i jak proponować w zamian za ustępstwo katalog możliwości (rabaty, ustępstwa, dodatkowe warunki).
- Trening umiejętności – przeprowadzanie negocjacji . Gra warsztatowa.

Dzień 2

4. **Gdy negocjacje idą nie tak jakbyśmy tego oczekiwali**

- Manipulacja, a perswazja. Rozpoznawanie manipulacji: Typowe techniki manipulacyjne stosowane przez klientów w negocjacjach w oparciu o realne przykłady (czas, miejsce, warunki, postawy negocjatorów, celowe uchybienia formalne i nieformalne itp.)
- Odpowiedzialność w negocjacjach – co poszło nie tak- analiza sytuacji z omówieniem. Prawne aspekty zabezpieczania ustaleń.
- Obrona przed manipulacją: Jak reagować i przekierowywać rozmowę na własne warunki. Trening umiejętności.
- Asertywność w negocjacjach- odgrywanie scenek.
- Ustalanie granic: Zapobieganie próbom zmiany warunków na ostatnią chwilę.

5. **Sytuacje konfliktowe i zarządzanie emocjami podczas negocjacji.**

- Proces powstawania i eskalacji konfliktu podczas negocjacji. Jak go zatrzymać?
- Metody rozwiązywania konfliktu podczas negocjacji.
- Zrozumieć emocje – autotest.
- Emocje w negocjacjach – techniki zarządzania emocjami i stresem w procesie negocjacji.
- Trening umiejętności – szybkie metody relaksacji.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)

Grow!



ETAP 5: STORYTELLING W SPRZEDAŻY

Czym jest storytelling?

Storytelling to umiejętność komunikacji opowiadaniem. Dotychczas kojarzony był z marketingiem narracyjnym, który nawiązuje do kreowania marki i produktu jako dodatek do maksymalizacji celów. Wystarczy bliżej przyjrzeć się historiom reklam w mediach.

Opowiadanie ma jednak dużo szerszy kontekst i praktyczną możliwość zastosowania go w biznesie.

Wymieniając kilka grup zawodowych...

- Mówcy motywacyjni stosują opowiadanie historii w celu przeniesienia bohatera w podróż, po powrocie z której, będzie zmotywowany do realizacji własnych marzeń.
- Trenerzy używają historii oraz metafor, aby w przystępny sposób wyjaśnić definicję i kontekst zagadnień szkoleniowych.
- Przywódcy i menedżerowie szlifują swój kunszt oratorski i umiejętność stosowania storytellingu podczas występów publicznych i prezentacji.
- Adwokaci stosują opowiadanie historii w trakcie postępowań procesowych w celu zwiększenia wiarygodności przyjętej strategii obrony.
- Nauczyciele przekazując informacje o świecie w postaci historii, ułatwiają uczniom zrozumienie wiedzy wykładanych przedmiotów.

Uczestnicy nabędą umiejętności:

1. Tworzenia angażujących historii i nauczą się komponować oraz opowiadać historie, które skutecznie przyciągają uwagę klientów i zapadają w pamięć.
2. Wykorzystywania perswazji narracyjnej i opanują techniki storytellingu, które pomagają wywierać pozytywny wpływ na klientów i zwiększać skuteczność sprzedaży.
3. Tworzenia historii, które są spójne z ich wartościami i odpowiadają na potrzeby klienta oraz zwiększą gotowość do stosowania narracji w praktyce.

Uczestnicy pogłębią kompetencje związane z:

1. Komunikacją interpersonalną, w tym zrozumieniem odbiorcy oraz umiejętnością dostosowania opowieści do jego potrzeb i oczekiwań.
2. Budowaniem relacji i umiejętnością nawiązywania bardziej wartościowych relacji z klientami poprzez stosowanie perswazji narracyjnej.
3. Kreatywnym myśleniem podczas rozwijania umiejętności tworzenia oryginalnych historii wspierających cele sprzedażowe.



Podstawowe zalety stosowania storytellingu w dziale handlowym umożliwiając:

1. Płynne nawiązywanie rozmowy z klientem.
2. Wywieranie naturalnego wpływu na klienta bez pouczania i przekonywania.
3. Zwiększenie oddziaływania na podejmowane decyzje w trakcie procesu sprzedaży.
4. Budowanie naturalnego autorytetu i wzbudzanie zaufania klienta.
5. Budowanie autentycznej ciekawości zarówno światem klienta jak i możliwością prezentacji rozwiązań.
6. Skupienie uwagi kontrahenta na korzyściach opakowanych w storytelling a nie własnym monologu wewnętrznym; szczególnie ważny etap w trakcie pokonywania obiekcji.
7. Edukację klienta w celu zainteresowania ofertą.
8. Zmianę nudnych argumentów w ciekawie opowiedzianą historię.
9. Przyjazny dla klienta odbiór oferty przedstawiciela czyli komfort klienta podczas rozmowy.

Metody pracy podczas szkolenia:

Program realizowany jest metodą warsztatową, zgodnie z cyklem Kolba (doświadczenie – refleksja – teoria – planowanie). Uczestnicy pracują w oparciu o:

- Ćwiczenia indywidualne i grupowe.
- Symulacje, case studies.
- Analizy praktycznych przypadków, burze mózgów.
- Feedback od Uczestników i trenera.

Adresaci szkolenia:

- Przedstawiciele handlowi: Osoby, które chcą zwiększyć swoją skuteczność sprzedażową poprzez zastosowanie kreatywnych narzędzi komunikacyjnych.
- Specjaliści ds. sprzedaży: Ci, którzy chcą wzbogacić swoje techniki sprzedażowe o elementy storytellingu i budować lepsze relacje z klientami.
- Menedżerowie sprzedaży: Liderzy, którzy chcą wprowadzić storytelling jako narzędzie perswazji i motywacji w swoich zespołach.
- Osoby związane z marketingiem i PR: Profesjonaliści, którzy chcą wzmocnić przekaz swoich kampanii i komunikacji z klientami.
- Wszyscy, którzy pragną rozwinąć swoje umiejętności narracyjne: Osoby zainteresowane perswazyjną komunikacją i budowaniem trwałych relacji w środowisku sprzedaży.

Grow!



PROGRAM SZKOLENIA:

Moduł I. Storytelling czyli perswazja narracyjna i jej siła oddziaływania

- Znaczenie i definicja storytellingu czyli dlaczego jest ważny i jak wpływa na decyzje zakupowe klienta.
- Perswazja narracyjna vs perswazja retoryczna, czyli jakich argumentów używają handlowcy w sprzedaży?
- Jak opowiadanie wpływa na budowanie relacji i decyzje Klienta?
- Diagnoza arsenału historii w dziale handlowym.

Moduł II. Elementy i składowe w storytellingu w tworzeniu narracji

- Emocje w storytellingu, czyli jak ich używać aby angażować i przekonywać klientów?
- Schemat komunikacji oraz wpływ struktury na charakter opowieści w sprzedaży.
- Kluczowe komponenty dobrych historii czyli tworzenie modeli skoncentrowanych na różnych etapach procesu sprzedaży.
- Jak w praktyce wykorzystywać siłę perswazji narracyjnej w obszarze sprzedaży?
- Użycie historii do budowania lojalności i długoterminowych relacji z klientem?
- Praktyczne zalety opowieści w dziale handlowym w zależności od celowości i etapu sprzedaży.

Moduł III. Storytelling jako storyselling czyli jak w praktyce wykorzystywać narrację w dziale handlowym

- Tworzenie schematu budowania zaangażowania słuchacza na przykładach branży.
- Praktyczny trening zastosowania z uwzględnieniem specyfiki branży i arsenału argumentacji handlowców.
- Analiza przykładów firm stosujących opowiadania i historii własnych uczestników.
- Jak budować autentyczność i wiarygodność w celu wywierania wpływu na przekonania klientów?
- W jaki sposób używać zjawiska przeniesienia w historiach własnych?
- Nowa baza historii działu handlowego czyli własny bank w zależności od potrzeb.

Podsumowanie i zakończenie warsztatu

- Ocena własnych umiejętności stosowania perswazji narracyjnej oraz identyfikacja obszarów do rozwoju.
- Konsultacje indywidualne czyli możliwość rozmowy z trenerem i uzyskania wsparcia.
- Podsumowanie kluczowych zagadnień oraz poznanych technik.
- Wręczenie certyfikatów i zakończenie szkolenia.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)



ETAP 6: MINDSET KLIENTA, CZYLI STYLE MYŚLENIA W SPRZEDAŻY

„**Mindset klienta, czyli style myślenia w sprzedaży**” to praktyczne szkolenie dla handlowców, specjalistów i menedżerów sprzedaży, które rozwija umiejętności rozumienia i wpływania na sposób myślenia – zarówno własny, jak i klientów. Jego celem jest zrozumienie psychologicznych mechanizmów decyzji zakupowych, budowanie mindsetu wspierającego skuteczną sprzedaż i długoterminowe relacje oraz rozwój umiejętności komunikacyjnych i automotywacji.

Pierwsza część szkolenia koncentruje się na mindsecie handlowca, kształtującym skuteczną komunikację, automotywację i odporność na odrzucenie. Uczestnicy poznają różnice między sprzedażą krótkoterminową a budowaniem trwałych relacji biznesowych. W kolejnym module omawiany jest mindset klienta – uczestnicy dowiedzą się, co wpływa na zachowania zakupowe, jak rozpoznawać style myślenia klientów i dostosować do nich komunikację oraz ofertę. Ostatnia część to trening mentalny, który obejmuje praktyczne ćwiczenia wzmacniające pewność siebie i odporność na niepowodzenia, wizualizację sukcesu jako narzędzie motywacyjne oraz opracowanie indywidualnego planu rozwoju.

Szkolenie prowadzi **Aneta Ropak** – Trenerka Sprzedaży, Coachka, Mediatorka i Certyfikowana Konsultantka **FinxS Sales Assessment**. Jest ono dostępne również online, a uczestnicy mogą liczyć na najwyższą jakość nauki i wsparcie doświadczonych praktyków sprzedaży.

Szkolenie przeznaczone dla:

- Handlowców.
- Specjalistów ds. sprzedaży.
- Menedżerów sprzedaży.
- Osób, które chcą rozwijać swoje umiejętności sprzedażowe i komunikacyjne.

PROGRAM SZKOLENIA:

Moduł 1: Mindset handlowca – podstawa sukcesu sprzedażowego

- Rola nastawienia w sprzedaży i dlaczego odpowiedni mindset to klucz do sukcesu.
- Jak nastawienie wpływa na komunikację z klientem?
- Automotywacja, samodyscyplina handlowca i indeks wymówek.
- Nastawienie na rezultat czy na proces? Znaczenie koncentracji na procesie, a nie tylko na wynikach.
- Budowanie długoterminowych relacji z klientem vs. szybka sprzedaż.
- Odporność na odrzucenie i jak sobie radzić z „nie” od klienta.



- Mindset wzrostu w sprzedaży i różnica między stałym a rozwojowym sposobem myślenia.
- Jak rozwijać w sobie nastawienie na naukę i rozwój?
- Jak przekuć niepowodzenia w lekcje i nowe szanse?

Moduł 2: Mindset klienta – klucz do zrozumienia decyzji zakupowych

- Psychologia klienta i co kieruje klientem w procesie zakupowym?
- Zrozumienie potrzeb i oczekiwań klienta.
- Wpływ emocji i racjonalnych przesłanek na decyzje zakupowe.
- Style myślenia klientów i sposób działania.
- Rozpoznawanie stylów myślenia klienta na podstawie tego jak się komunikują.
- Jak dostosować komunikację, przekaz i ofertę do konkretnego typu klienta.
- Rodzaje wzorców myślenia w procesie sprzedaży czyli nasze ukryte metaprogramy.
- Mini autodiagnoza własnego stylu myślenia w kontekście wzorców myślenia i działania (możliwość badania kwestionariuszem MindSonar po szkoleniu).
- Model sprzedaży jako zmienna kontekstu w stylach myślenia i działania.
- Jak zmienić sposób myślenia klienta poprzez właściwe pytania?

Moduł 3: Trening mentalny dla handlowców w sprzedaży

- Ćwiczenia na rozwijanie pewności siebie i pozytywnego nastawienia.
- Sposoby radzenia sobie z porażkami i niepowodzeniami.
- Wizualizacja sukcesu jako narzędzie motywacyjne.
- Analiza przypadków: jak mindset handlowca wpłynął na wynik sprzedaży.
- Wspólna dyskusja nad wyzwaniem i znalezienie najlepszych rozwiązań.

Podsumowanie, kluczowe wnioski i tworzenie planu rozwoju osobistego:

- Jak pracować nad swoim mindsetem w dłuższej perspektywie?
- Wyznaczanie celów rozwojowych w oparciu o zdobyte umiejętności.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)

Grow!



Human Skills

We Make You Grow

ul. Widok 18/2,
00-023 Warszawa

Strona | 24

ETAP 7: ROLA OBSŁUGI POSPRZEDAŻOWEJ W PROCESIE SPRZEDAŻY

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do efektywnego budowania lojalności klientów poprzez redukcję ich wysiłku w kontaktach posprzedażowych. Uczestnicy zdobędą wiedzę oraz praktyczne umiejętności identyfikacji i eliminowania barier, które mogą zwiększać wysiłek klienta na etapie obsługi posprzedażowej, a także poznają techniki mierzenia i optymalizacji wysiłku klienta zgodnie z koncepcją CES.

Grupa docelowa:

- Pracownicy mający bezpośredni kontakt z Klientem w punktach obsługi.
- Pracownicy działów obsługi Klienta i posprzedażowych.
- Przedstawiciele handlowi oraz doradcy klienta.
- Specjaliści ds. obsługi posprzedażowej, wsparcia technicznego i rozwiązywania problemów Klientów.

Szkolenie z roli obsługi posprzedażowej prowadzi Trenerka Biznesu i Sprzedaży, Coach ICC, ICF, Ambasadorka Inteligencji Emocjonalnej, Przedsiębiorczyni Agata Pawłowska.

Cele:

Uczestnicy szkolenia rozszerzą swoją wiedzę i umiejętności z zakresu budowania doświadczenia posprzedażowego Klienta według najwyższych standardów, w tym w szczególności:

- Weryfikacji Klientocentryczności organizacji na etapie obsługi posprzedażowej;
- Wpływu profesjonalnej obsługi posprzedażowej na wizerunek organizacji i satysfakcję Klienta;
- Czterech obszarów, na podstawie których Klient buduje swoje doświadczenie;
- Czym jest satysfakcja Klienta i jakie są jej koła zamachowe?
- Koncepcji Customer Effort Score i identyfikowania wysiłku Klienta w procesie obsługi;
- Wąskich gardeł w obsłudze posprzedażowej.

Grow!



PROGRAM SZKOLENIA:

Moduł I: Rola Obsługi Posprzedażowej w Budowaniu Doświadczenia Klienta

1. Czy to prawda, że „Pierwszy samochód sprzedaje salon, a drugi serwis?”
2. **Znaczenie marki i doświadczenia Klienta:**
 - o Marka jako zobowiązanie wobec klienta i jej wpływ na lojalność.
 - o Jak posprzedażowe interakcje z klientem wzmacniają postrzeganie marki.
3. **Elementy wpływające na doświadczenie Klienta:**
 - o Jak proces, ludzie, produkt i otoczenie tworzą pełne doświadczenie.
4. **Odpowiedzialność poszczególnych ról w organizacji za doświadczenie klienta:**
 - o Świadomość wpływu każdego kontaktu posprzedażowego na wizerunek firmy.
 - o Myślenie silosowe – „Klient działu sprzedaży” vs „Klient działu serwisu” dlaczego takie myślenie jest nie tylko nieaktualne ale wręcz szkodliwe dla organizacji.

Moduł II. Budowanie lojalności poprzez wzmacnianie satysfakcji Klienta

1. **Czynniki zachwytu**
 - o Jak zmieniają się oczekiwania Klientów. Wczoraj, dziś i jutro?
 - o Czym jest satysfakcja, a czym jest lojalność. Od zadowolenia do polecenia?
 - o Dlaczego czynniki zachwytu działają krótkoterminowo?
 - o Czynniki zachwytu na co dzień – od pomysłu do zastosowania.

Moduł III: Druga strona medalu. Budowanie Lojalności Klienta Poprzez Redukcję Jego Wysiłku (Customer Effort Score)

1. **Customer Effort Score (CES):**
 - o Omówienie koncepcji CES i jej roli w budowaniu lojalności.
 - o Porównanie CES z innymi wskaźnikami, takimi jak Net Promoter Score (NPS) i Customer Satisfaction Score (CSS).
2. **Identyfikacja i klasyfikacja rodzajów wysiłku klienta:**
 - o Wysiłek finansowy, fizyczny i emocjonalny – jak każdy z nich wpływa na doświadczenie klienta.
3. **Praktyczne strategie redukcji wysiłku klienta na różnych etapach procesu posprzedażowego:**
 - o Przegląd typowych sytuacji, które generują wysiłek klienta, i sposoby ich optymalizacji.
4. **Techniki wzmacniania lojalności dzięki eliminowaniu przeszkód:**
 - o Jak skuteczna obsługa posprzedażowa może zmienić klienta jednorazowego w stałego.



Moduł IV: Cztery Kluczowe Zasady Obsługi o Niskim Wysiłku

1. **Zasada jasnej komunikacji:** Jak unikać niejasności i zbędnych kontaktów.
2. **Dostępność informacji i rozwiązań:** Tworzenie prostych procesów i narzędzi do szybkiego rozwiązywania problemów klientów.
3. **Minimalizacja działań wymagających wysiłku klienta:** Techniki upraszczania i automatyzacji procesów.
4. **Zarządzanie oczekiwaniami i szybka reakcja na potrzeby klienta:** Jak proaktywne działania posprzedażowe mogą zmniejszyć wysiłek klienta.

Moduł V: Diagnoza i Eliminowanie Zastrzeżeń w Obsłudze Posprzedażowej

1. **Typologia zastrzeżeń:**
 - o Jak odróżniać nieporozumienia, wątpliwości, skargi i wady.
2. **Standardy reagowania na zastrzeżenia klientów:**
 - o Budowanie procesu rozwiązywania problemów, który minimalizuje wysiłek klienta.
3. **Procedura „Czerwonego Dywanu” w praktyce:**
 - o Jak stworzyć poczucie wyjątkowej troski dla klientów, zwłaszcza tych niezadowolonych, aby ich wysiłek był minimalny.
4. **Radzenie sobie z trudnymi sytuacjami posprzedażowymi:**
 - o Techniki rozwiązywania konfliktów i reagowania na trudne zachowania bez zwiększania wysiłku klienta.
5. **Asertywność i Zarządzanie Trudnymi Oczekiwaniem Klienta:**
 - o Stawianie granic w kontakcie posprzedażowym:
 - o Kiedy i jak asertywnie odpowiedzieć na nierealne oczekiwania klientów.

Moduł VI: Wskaźniki i Narzędzia Pomiaru Wysiłku Klienta oraz Wdrażanie Zmian

1. **Zastosowanie CES do optymalizacji doświadczenia klienta:**
 - o Jak mierzyć CES i identyfikować obszary do poprawy.
2. **Przegląd narzędzi pomiaru wysiłku w kontakcie z klientem:**
 - o Narzędzia i techniki badania doświadczeń klienta, które pomagają zrozumieć, gdzie warto zmniejszyć wysiłek.
3. **Budowanie systemu feedbacku i działania korygujące:**
 - o Jak skutecznie zbierać opinie i wdrażać poprawki, aby minimalizować wysiłek klientów.

[Sprawdź szczegóły programu i znajdź dogodny termin.](#)



Informacje Organizacyjne

Cena i terminy ([link](#))

Szkolenie online:

Cena zawiera:

- Materiały szkoleniowe w pdf.
- Certyfikat odbycia szkolenia.
- Możliwość odbycia e-mentoringu po odbyciu szkolenia (po ustaleniu z trenerem).

Jak się przygotować do uczestnictwa w szkoleniu otwartym online?

- Szkolenie odbywa się na platformie Clickmeeting lub Zoom. Nie musisz nic instalować. Udział w szkoleniu jest możliwy za pośrednictwem komputera, laptopa oraz telefonu komórkowego.
- Przed udziałem w szkoleniu otrzymasz link do pokoju online.
- Przed szkoleniem sprawdź czy działają Ci głośniki oraz czy masz aktywną kamerę (może się przydać).
- Przygotuj sobie notatnik oraz długopis.
- Logując się na szkolenie, skorzystaj z przeglądarki Google Chrome lub Firefox.
- Sprawdź jak się przygotować technicznie ([więcej informacji](#)).

Szkolenie otwarte stacjonarne:

Cena szkolenia otwartego stacjonarnego zawiera:

- Realizację szkolenia w kamienicy, w centrum Warszawy ([zobacz nasze biuro](#)) lub w wybranej sali szkoleniowej w Warszawie z dostosowaniem do potrzeb osób niepełnosprawnych.
- Przerwę kawową premium (kawa z ekspresu i nie tylko; wybór herbat; napoje; owoce; przekąski) oraz obiad w pobliskiej restauracji. Jeżeli jesteś na szczególnej diecie, zgłoś nam to proszę przed szkoleniem.
- Pakiet szkoleniowy (materiały szkoleniowe, teczka, notatnik, długopis).
- Certyfikat odbycia szkolenia.
- Możliwość odbycia e-mentoringu po odbyciu szkolenia (po ustaleniu z trenerem).

Jak się przygotować do uczestnictwa w szkoleniu stacjonarnym?

- Szkolenie odbywa się w godzinach 9:00-16:00 – zapraszamy Cię już około godziny 8:45.
- W trakcie szkolenia będą przerwy kawowe i jedna dłuższa obiadowa.
- Szkolenie odbywa się z biurze firmy Human Skills, ul. Widok 18/2 w samym centrum Warszawy. Jeżeli wybierasz się do nas samochodem, weź pod uwagę, że jest to centrum i strefa płatnego parkowania.