



Szczegółowy opis szkolenia:

# EFEKTYWNA SPRZEDAŻ



Dokument przygotowany przez:  
Marcelina Szydłowska  
[marcelina.szydłowska@intellect-group.pl](mailto:marcelina.szydłowska@intellect-group.pl)  
tel.: 530 414 080

# Spis treści

- 03** – Idea szkolenia
- 04** – Dla kogo to szkolenie?
- 05** – Korzyści dla firmy
- 06** – Korzyści dla pracownika
- 07** – Metodologia
- 08** – Program, a badanie potrzeb
- 11** – Trenerzy
- 12** – Kontakt

# Idea szkolenia

Czyli nasze podejście do budowania wartości produktu



Szkolenie "Efektywna sprzedaż" to nie tylko nauka skutecznych technik sprzedażowych, ale również odkrywanie prawdziwych **potrzeb klientów i budowanie długotrwałych relacji** biznesowych opartych na zaufaniu.

Podczas szkolenia uczestnicy będą mieli okazję nauczyć się jak skutecznie **prowadzić negocjacje i prezentować ofertę sprzedażową**, wykorzystując przy tym narzędzia takie jak storytelling, skuteczne argumentowanie i psychologię sprzedaży.

Niezbędnym elementem szkolenia będzie również nauka **zarządzania czasem i priorytetami**, aby sprzedaż była nie tylko efektywna, ale również **opłacalna i dostosowana do indywidualnych potrzeb klienta**.

W ramach szkolenia **stworzymy i przeanalizujemy procesy sprzedażowe** w waszej firmie. W Intellect wiemy, że jak ważne jest zbadanie aktualnych trudności oraz wyjście z nowymi rozwiązaniami, które spowodują sprawniejszą oraz klarowną **komunikację z klientem**.

# Dla kogo to szkolenie?

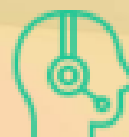
Szkolenie z efektywnej sprzedaży jest przeznaczone dla osób pracujących w branży sprzedażowej, które chcą doskonalić swoje umiejętności i podnieść skuteczność swojej pracy. Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorstw, które chcą zwiększyć sprzedaż swojej firmy poprzez lepsze zrozumienie potrzeb klientów i wykorzystanie skutecznych technik sprzedażowych.



SPRZEDAWCÓW



HANDLOWCÓW



Telemarketerów

# Korzyści dla firmy

## **Zwiększenie przychodów**

Dzięki umiejętnemu posługiwaniu się zaletami produktu w jego sprzedaży i promocji oraz dzięki jego dobremu zrozumieniu przez handlowców.

## **Odkrycie nowych możliwości pokazania, sprzedaży i promocji produktu**

Dzięki świeżemu spojrzeniu oraz odpowiedniemu zbadaniu Waszego produktu przez naszych specjalistów przy Waszym udziale.

## **Zwiększenie sprzedaży od zaraz, ale też długoterminowo**

Nasze szkolenie daje natychmiastowy zastrzyk motywacji i energii oraz wskazówki do zastosowania "od ręki", co pomoże wpłynąć na bieżący wzrost sprzedaży. Jednak bardzo ważny jest też wpływ szkolenia na długoterminowy wzrost przychodów - dzięki zastosowaniu długofalowych rozwiązań.

## **Zbudowanie zorganizowanej strategii sprzedaży produktu**

Aby sprzedaż nie działa się spontanicznie, ale według przewidywalnego planu.

## **Zwiększenie efektywności pracowników**

Dzięki zainspirowaniu ich, zaprezentowaniu nowego spojrzenia na produkt, dodania świeżości i energii w codziennej pracy.

## **Polepszenie satysfakcji pracowników**

Dzięki lepszemu zrozumieniu produktów i zwiększonej efektywności, ich samozadowolenie będzie rosnąć.

# Korzyści dla pracowników



## **Pracownik na nowo "zakocha się" w swoim produkcie**

Często wpadamy w rutynę prezentując i sprzedając ten sam produkt w ten sam sposób. Nasze szkolenie odświeży Waszą relację z produktem i pokaże jakie jeszcze wartości skrywa.



## **Odnalezienie sposobów na efektywniejszą sprzedaż od zaraz**

Czyli konkretna pomoc w tym, by sprzedawać lepiej, więcej i przyjemniej.



## **Uporządkowanie posiadanej wiedzy na temat produktu**

Pozwala to ograniczyć niepotrzebny stres przy kontakcie z klientami, zwiększyć swoją efektywność i pewność siebie.



## **Zwiększenie satysfakcji z pracy**

Gdy dobrze rozumiesz z czym pracujesz i znasz wartość swojego produktu, automatycznie satysfakcja z pracy rośnie.

# Metodologia

## WYRÓŻNIKI MARKI

Opracowanie unikatowych cech, które wyróżniają Twój produkt od konkurencji, to kluczowe działanie przed podejściem do sprzedaży. Aktualny rynek pokazuje, że sposób sprzedaży dopasowany do potrzeb klienta z uwzględnieniem wszystkich atrybutów produktu/usługi jest najskuteczniejszy.

## KARTA PRODUKTOWA

Ciekawa forma prezentacji produktu dla klienta. Powinna zawierać wszystkie informacje, których konsument potrzebuje jeszcze przed zakupem. Ma na celu zachęcić odbiorcę, ale i utwierdzić o jakości sprzedawanej rzeczy/usługi.

## PPPP

Określenie pragnień, potrzeb, przeszkód i problemów naszych klientów. Obowiązkowy klasyk dla każdej firmy.

## MNI WYKŁADY

Pozwalają na przekazanie doświadczenia trenerów w krótki i przystępny sposób, tak aby usystematyzować część szkolenia lub zobrazować podejmowany w trakcie warsztatów temat

## CYKL KOLBA

Sposób uczenia się, który jest oparty na 4 etapach. Teoria oparta na uczeniu się poprzez doświadczenie. Ważnym elementem jest dopasowanie do osobistego stylu każdego z nas.

## METODA PINEZKI

Cecha-zaleta-korzyść, poznanie jak określić produkt, aby następnie go pozytywnie opisać i pokazać, jego opłacalność.

## GRY INTEGRACYJNE

Gry, które mają na celu zintegrowanie oraz poznanie uczestników. Nie tylko z imienia czy z nazwiska ale również kim jest i jaki ma naturalny styl komunikacji.

**Na szkoleniu często korzystamy z powyższych i także wielu innych metod.**

# Program szkolenia (1/3)

## Moduł 1

### Określenie fundamentów sprzedaży oraz procesów sprzedażowych

- ✓ Określenie kluczowych zasobów firmy oraz poszczególnych działów
- ✓ Poznanie wartości marki
- ✓ Scharakteryzowanie wizji oraz misji marki

Przykładowe metody:



Strategia sprzedaży



Misja / wizja / cel

Przykładowe ćwiczenia:



Piramida korzyści marki



Kluczowa piątka

## Moduł 2

### Klienci vs produkt

- ✓ Rzeczywiste potrzeby, pragnienia, problemy oraz przeszkody klientów
- ✓ Wyróżniki produktu względem konkurencji
- ✓ Zbadanie aktualnego rynku
- ✓ Zbudowanie obrazu klientów, czyli jak znaleźć tych, którzy potrzebują naszego produktu
- ✓ Klient prawdę Ci powie – dlaczego klienci kupują

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy osobowości



Buyer persona



PPPP



PSI



Moc pytań

Przykładowe ćwiczenia:



Klient prawdę Ci powie



Wyróżniki A i B



Partner, wprowadzający, decydent



# Program szkolenia (2/3)

## Moduł 3

### Kanały sprzedaży vs produkt/ usługa

- ✓ Nawet najlepszy produkt nie sprzedaje się sam, czyli określenie sprzedawcy jako kluczowego elementu w procesie sprzedaży
- ✓ Zbudowanie pozytywnego obrazu sprzedawcy
- ✓ Wprowadzenie do kolorystycznych typów osobowości
- ✓ Określenie stylów komunikacji i sprzedaży
- ✓ Komunikacja z klientem – jak mówić, aby być zrozumiałym, jak słuchać, aby poznać klienta, jakich słów używać a jakich unikać.

Przykładowe metody:



Kolorystyczne typy



Style komunikacji

Przykładowe ćwiczenia:



Kolorystyka w mailach



Fundamenty sprzedawcy



Słowa kluczowe

## Moduł 4

### Relacje z klientami jako klucz do sukcesu

- ✓ Skuteczna analiza potrzeb klientów,
- ✓ Sprawne negocjacje dające korzyści każdej ze stron
- ✓ Asertywność w biznesie
- ✓ Poznanie swojej roli w doradztwie klienta

Przykładowe metody:



Relacja jako klucz



Asertywność

Przykładowe ćwiczenia:



Nie-zdrowa asertywność



Cecha czy korzyść



Scenariusze rozmów

# Program szkolenia (3/3)

Moduł 5

## Podstawy sprzedaży oraz procesu sprzedaży

- ✓ Produktowy język korzyści
- ✓ Wąskie gardła procesu sprzedaży
- Zbudowanie efektywnej strategii sprzedażowej



- ✓ Rozwój produktu oraz usługi
- ✓ Decyzje zakupowe – w jaki sposób klienci podejmują decyzję o zakupie
- ✓ Dominująca percepcja klienta – jak prezentować swój produkt, aby był atrakcyjny w zależności od klienta

Przykładowe metody:



Strategia sprzedaży



Macierz sprzedażowa



Metoda pinezki



Nowoczesne technologie



„nie”zdrowa asertywność

Przykładowe ćwiczenia:



Od ogółu do szczegółu

# Trenerzy

Sylwetki osób, które mogą poprowadzić dla Was szkolenie z Budowania wartości produktu



**Agnieszka Bilka**

Ukończyła studia z Psychologii w Biznesie, Zarządzania Zasobami Ludzkimi oraz Coachingu. Od początku życia zawodowego ma pośredni lub bezpośredni kontakt z klientem. 10-letnie doświadczenie w sprzedaży

W branży szkoleniowej jest od 2015 roku. Wielozadaniowa i zorganizowana. Gwarantuje, że na szkoleniach zarazi uczestników motywacją do działań.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, różnych form sprzedaży, czy komunikacji.



**Krzysztof Rynkiewicz**

Trener w obszarze strategii marki, projektowania propozycji wartości i tworzenia modeli biznesowych z ponad 13-letnim doświadczeniem w pracy dla solopresiębiorców, sektora małych i średnich przedsiębiorstw oraz korporacji.

Wykładowca na studiach dziennych, zaocznych i podyplomowych między innymi na Uniwersytecie Wrocławskim i Ekonomicznym.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, nowoczesnych narzędzi w sprzedaży, czy social sellingu.



**Alicja Kubacka**

Uwielbia dzielić się swoją wiedzą i przekazywać ją w interesujący i prosty sposób. Sprzedażą zajmuje się już ponad 20 lat. Pracowała w wielkich korporacjach oraz z małych rodzinnych firmach. Sprzedaż bezpośrednia i telefoniczna nie ma dla niej tajemnic.

Interesuje się rozwojem człowieka, reakcjami chemicznymi, jogą, medytacją, buddyzmem, ale też motoryzacją.

W Intellect prowadzi szkolenia m.in. z budowania wartości produktu, różnych form sprzedaży, czy typologii osobowości.

# Kontakt

Skontaktuj się ze mną, a ustalimy szczegóły naszej współpracy



**Marcelina Szydłowska**  
Koordynator szkoleń



530 414 080



[marcelina.szydłowska@intellect-group.pl](mailto:marcelina.szydłowska@intellect-group.pl)



[www.intellect-group.pl](http://www.intellect-group.pl)