



Fundusze Europejskie
dla Rozwoju Społecznego



Rzeczpospolita
Polska

Dofinansowane przez
Unię Europejską



FERS.01.05-IP.08-0473/23-00 Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego
Zakres interwencji: Wsparcie na rzecz szkolnictwa wyższego (z wyłączeniem infrastruktury)
Rozwój kompetencji przyszłości dopasowanych do oczekiwań rynku pracy
i pracodawców

**PROGRAM SZKOLENIA „TECHNIKI SPRZEDAŻY”
Z OBSZARU „KOMPETENCJE PRZYSZŁOŚCI”**

Spis treści

FISZKA SZKOLENIA	2
Forma i miejsce szkolenia	2
Okres realizacji.....	2
Cel główny	2
Jednostki organizujące/prowadzące szkolenie	2
Efekty szkolenia	3
Metody dydaktyczne	3
Środki dydaktyczne	3
WSTĘP.....	3
METODOLOGIA.....	3
Metody dydaktyczne	3
Środki dydaktyczne	3
ZAKRES MERYTORYCZNY.....	3
Program szkolenia.....	4
EFEKTY KSZTAŁCENIA	8
WERYFIKACJA NABYTYCH KOMPETECJI I CERTYFIKAT.....	8
KADRA.....	9
REKRUTACJA	9
ORGANIZACJA	10
PROMOCJA	10
EWALUACJA	10

FISZKA SZKOLENIA

TYTUŁ SZKOLENIA/ OBSZAR TEMATYCZNY KURSU:

TECHNIKI SPRZEDAŻY

GRUPA DOCELOWA	LICZBA PRZESZKOLONYCH OSÓB W 1 TURZE	LICZBA EDYCJI SZKOLENIA W BIEŻĄCYM ROKU KALENDARZOWYM	WIELKOŚĆ GRUP	LICZBA GODZIN /GRUPĘ	FORMA SZKOLENIA
Osoby w wieku 18-64 lat zamieszkałe na terenie Polski	8	2	Ok. 8 osób	36 h	Stacjonarna

Adresaci szkolenia: Osoby w wieku 18-64 lata, zamieszkałych na terenie Polski. Szkolenie kierowane jest głównie do osób, dla których pogłębienie wiedzy, uzupełnienie luk kompetencyjnych, przekwalifikowanie będzie przepustką do wejścia/ powrotu/ utrzymania się na rynku pracy.

Oferta ma charakter otwarty, nie jest zawężona do konkretnej grupy osób, jednakże wskazano priorytety naboru, o których szerzej w części dot. rekrutacji.

Forma i miejsce szkolenia: Szkolenie prowadzone będzie stacjonarnie w Dąbrowie Górniczej na ul. Cieplaka 1C.

Okres realizacji: 10 edycji w terminie **01.01.2025-31.12.2029**

Język: polski

Cel główny: celem projektu są działania wspierające ideę uczenia się przez całe życie oraz nabycie kwalifikacji i kompetencji przyszłości przez osoby dorosłe. Służyć temu ma przygotowanie programów i przeprowadzenie szkoleń będących odpowiedzią na zdiagnozowane potrzeby rynku pracy, pracodawców oraz uczestników w tym w obszarze zielonej gospodarki.

Wraz z rosnącą świadomością ekologiczną społeczeństwa, rośnie również zapotrzebowanie na wyspecjalizowaną wiedzę z zakresu prawa ochrony środowiska, systemu zarządzania środowiskiem, zrównoważonego rozwoju, a w sferze polityki społecznej rośnie znaczenie raportowania niefinansowego, CSR i SDG. Wobec ustaleń wynikających z dyrektywy UE ws. sprawozdawczości przedsiębiorstw w zakresie zrównoważonego rozwoju (tzw. CSRD) rośnie zapotrzebowanie na kadrę wyspecjalizowaną w zakresie sprawozdawczości z działalności w kwestiach środowiskowych, społecznych i praw człowieka oraz ładu korporacyjnego – w skrócie ESG. Celem szkolenia jest zaopatrzenie uczestników w te umiejętności.

Jednostki organizujące/prowadzące szkolenie:

- Akademia WSB, Dąbrowa Górnicza, ul. Cieplaka 1c

- MARR S.A., Kraków, ul. Kordylewskiego 11
- Śląski Związek Pracodawców Lewiatan, Katowice, ul. Mickiewicza 29

Efekty szkolenia: Po ukończeniu szkolenia uczestnicy: Uczestnicy szkolenia zdobędą kompleksową wiedzę na temat nowoczesnych technik sprzedaży oraz skutecznego zarządzania relacjami z klientami. Rozwiną umiejętności analizowania potrzeb klientów, prowadzenia efektywnych negocjacji oraz prezentowania oferty w sposób perswazyjny i profesjonalny. Dodatkowo nauczą się stosować strategie sprzedażowe dostosowane do dynamicznych warunków rynkowych, wykorzystując elementy neuronauki w procesie sprzedaży.

Certyfikat szkolenia: tak (szczegóły zamieszczone w części dot. weryfikacji umiejętności)

Metody dydaktyczne: wykład, ćwiczenia, dyskusja moderowana (zogniskowana), 'burza mózgów', praca indywidualna/zespołowa, case study - studium przypadku, quiz, symulowane scenki sprzedaży

Środki dydaktyczne: prezentacja, Mentimeter, flipchart, materiały dydaktyczne, kahoot

WSTĘP

METODOLOGIA

Edukacja jest obszarem, w którym szczególnego znaczenia nabiera konieczność stosowania metod i technik dydaktycznych ukierunkowanych na kształcenie umiejętności praktycznych oraz skutecznego i samodzielnego rozwiązywania postawionych problemów. W trakcie planowanych zajęć szkoleniowych wykorzystane zostaną nowoczesne techniki informacyjno-komunikacyjne w zakresie kształcenia. Położony zostanie nacisk na kreatywność, twórczość i niesablonowy sposób myślenia. Zastosowanie nowoczesnych metod dydaktycznych (np. metoda tekstu przewodniego, metoda projektu edukacyjnego, metoda webquest, metoda peer learning).

Metodologia prowadzenia zajęć będzie opierała się przede wszystkim na aktywnym uczestnictwie w zajęciach z zastosowaniem metod pracy indywidualnej i zespołowej. Weryfikacja nabytych kompetencji/wiedzy będzie zawierała formułę testu/ankiety.

Metody dydaktyczne: ćwiczenia, dyskusja moderowana przez prowadzącego szkolenie, brainstorming, praca indywidualna, studium przypadku, quiz, symulowane scenki sprzedażowe

Środki dydaktyczne: prezentacja, Mentimeter, flipchart, materiały dydaktyczne, video, kahoot,

ZAKRES MERYTORYCZNY

Szkolenie "Techniki sprzedaży" to kompleksowy program, który wyposaży uczestników w niezbędne umiejętności do skutecznej sprzedaży w dzisiejszym świecie biznesu. Uczestnicy nauczą się, jak dostosować swoje działania do różnych typów klientów, tworzyć *buyer persony* i rozpoznać własne style sprzedaży. Program obejmuje również techniki komunikacyjne, takie jak aktywne słuchanie, zadawanie pytań, perswazja oraz negocjacje, które pozwolą efektywnie prowadzić rozmowy handlowe.

Szkolenie uwzględnia także sprzedaż online i offline, budowanie pozytywnego doświadczenia klienta (CX), a także zastosowanie technik wpływu społecznego, takich jak reguła wzajemności czy autorytetu. Uczestnicy poznają skuteczne metody finalizacji sprzedaży, radzenia sobie z obiekcjami oraz rolę obsługi posprzedażowej w budowaniu długofalowych relacji z klientem.

Program szkolenia

Program szkolenia „Techniki sprzedaży” został skomponowany w sposób zapewniający uczestnikom zdobycie kompetencji koniecznych do zarządzania procesami sprzedaży w firmie.

Niżej przedstawiony program szkoleniowy umożliwi kompleksowe zrozumienie technik sprzedaży, co jest istotne dla działań związanych z wymaganiami szybko zmieniającego się świata

Program nauczania będzie zawierał m.in.

- Wprowadzenie do Akademii Menedżera Sprzedaży
- Struktura i funkcjonowanie rynku
- Podstawy sprzedaży 3.0
- Badania potrzeb klienta
- Efektywne techniki sprzedaży
- Stymulacja sprzedaży na niestabilnym rynku
- Rola neuronauki w procesie sprzedażowym
- Efektywne zarządzanie klientami
- Prezentowanie oferty handlowej- wystąpienia publiczne
- Negocjacje podnoszące efektywność sprzedaży

Program Szkolenia: " Techniki Sprzedaży" (36 godzin / 4dni)

TEMAT (moduły /treści szkoleniowe)	CZAS TRWANIA	METODA, ŚRODEK DYDAKTYCZNY
TEST wejściowy określenie początkowego poziomu wiedzy i umiejętności		entry test, ankieta, test wyboru (online/stacjonarnie)
DZIEŃ 1. WPROWADZENIE DO SPRZEDAŻY (9 godzin)		
1.1. WPROWADZENIE DO OBSZARU PRACY SPRZEDAWCY <ul style="list-style-type: none"> • Poznajmy się • Sprzedawca, czyli kto? • Trendy w nowoczesnej sprzedaży. Tradycyjny vs. nowoczesny klient • Sprzedaż w cyfro-świecie. Proces zakupowy klienta • Struktura rozmowy sprzedażowej 	4 h	wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników. Prezentacja, karta pracy, quiz

TEMAT (moduły /treści szkoleniowe)	CZAS TRWANIA	METODA, ŚRODEK DYDAKTYCZNY
1.2. IDENTYFIKACJA GRUPY DOCELOWEJ I PERSONY SPRZEDAŻOWEJ <ul style="list-style-type: none"> • Grupy docelowe • Tworzenie tzw. <i>buyer persony</i> 	1,5 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty w podzespołach, dyskusja, prezentacji wyników, karta pracy</i>
1.3. DIAGNOZA OSOBOWOŚCI I STYLÓW SPRZEDAWANIA <ul style="list-style-type: none"> • Jakim kolorem jestem? Samoidentyfikacja jako sprzedawcy • Różne typy osobowości klienta • Dostosowanie sprzedaży do osobowości klienta • Organizacja pracy własnej • Przygotowanie do sprzedaży 	3,5 h	wykład, praca w zespołach, prezentacja wyników, dyskusja
Dzień 2: KOMUNIKACJA W SPRZEDAŻY (9 godzin)		
2.1. SZTUKA ROZMOWY Z KLIENTEM <ul style="list-style-type: none"> • Mój własny styl komunikacyjny • Zasady aktywnego słuchania • Mowa nieantagonizująca • Asertywność w sprzedaży • Badanie potrzeb klienta • Sztuka zadawania pytań • Czym jest komunikacja perswazyjna i NLP? 	3 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników. Prezentacja, karta pracy, quiz</i>
2.2. PREZENTACJA SPRZEDAŻOWA <ul style="list-style-type: none"> • Miejsce prezentacji w procesie sprzedażowym • Prezentacja: klasyka i nowoczesność • Struktura języka korzyści • Znaczenie storytellingu 	3 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników. Prezentacja, karta pracy, quiz</i>

TEMAT (moduły /treści szkoleniowe)	CZAS TRWANIA	METODA, ŚRODEK DYDAKTYCZNY
2.3. KOMUNIKACJA POZAWERBALNA <ul style="list-style-type: none"> • Komunikacja pozawerbalna - wprowadzenie • Prawo Mehrabiana • Mowa ciała – najważniejsze zasady 	1 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników.</i> <i>Prezentacja, karta pracy, quiz</i>
2.4. NEGOCJACJE W SPRZEDAŻY <ul style="list-style-type: none"> • Wprowadzenie w tematykę negocjacji • Narzędzia negocjacyjne • Typy negocjatorów • Taktyki negocjacyjne 	2 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników.</i> <i>Prezentacja, karta pracy, quiz</i>
Dzień 3: Różne oblicza sprzedaży (9 godzin)		
3.1. SPRZEDAŻ OFF I ONLINE <ul style="list-style-type: none"> • Różnice pomiędzy sprzedażą w środowisku online i offline • Customer experience [CX] • Content marketing • Zaangażowanie klienta 	3 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników.</i> <i>Prezentacja, karta pracy, quiz</i>
3.2. ZASADY WPŁYWU SPOŁECZNEGO <ul style="list-style-type: none"> • Reguła wzajemności • Społeczny dowód słuszności • Reguła niedostępności • Reguła autorytetu • Reguła lubienia i sympatii • Reguła zaangażowania i konsekwencji 	3 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników.</i> <i>Prezentacja, karta pracy, quiz</i>

TEMAT (moduły /treści szkoleniowe)	CZAS TRWANIA	METODA, ŚRODEK DYDAKTYCZNY
3.3. TECHNIKI SPRZEDAŻY - ROZSZERZENIE <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowe techniki argumentacji • Model AIDA • Visualmerchandising – podstawowe zasady 	3 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty, praca indywidualna, dyskusja, prezentacji wyników.</i> <i>Prezentacja, karta pracy, quiz</i>
Dzień 4: FINALIZOWANIE SPRZEDAŻY, NEUTRALIZACJA OBJEKCJI I OBSŁUGA POSPRZEDAŻOWA (9 godzin)		
4.1. FINALIZACJA SPRZEDAŻY I OBJEKCJE KLIENTA <ul style="list-style-type: none"> • Zamknięcie sprzedaży • Rodzaje finalizacji • Czym jest obiekcja? • Techniki obrony ceny • Sposoby na neutralizację obiekcji 	5 h	<i>wykład, ćwiczenia, warsztaty w podzespołach, dyskusja, prezentacji wyników, karta pracy,</i>
4.2. OBSŁUGA KLIENTA POSPRZEDAŻOWA <ul style="list-style-type: none"> • Działania serwisu posprzedażowego • Znaczenie obsługi posprzedażowej 	1,5 h	Wykład, praca w zespołach, prezentacja wyników, dyskusja
4.3. PODSUMOWANIE 4 DNI SZKOLENIA <ul style="list-style-type: none"> • Własne cele rozwojowe dotyczące sprzedaży • Dyskusja – wyzwania i najlepsze praktyki 	2,5 h	Praca indywidualna, prezentacja wyników, dyskusja
TEST wyjściowy weryfikacja przyrostu poziomu wiedzy i umiejętności		exit test, monitoring postępów ankieta, test wyboru (online/stacjonarnie)

EFEKTY KSZTAŁCENIA

Wiedza:

- Potrafi wyjaśnić znaczenie analizy potrzeb klienta w kontekście skutecznej sprzedaży.
- Ma wiedzę na temat nowoczesnych technik sprzedażowych oraz ich zastosowania w różnych sytuacjach rynkowych.
- Rozumie, jak zmienne warunki rynkowe wpływają na strategię sprzedażową i zna sposoby adaptacji.
- Posiada podstawową wiedzę z zakresu neuronauki i jej zastosowania w budowaniu relacji z klientem oraz podejmowaniu decyzji zakupowych.
- Ma świadomość znaczenia skutecznej prezentacji oferty handlowej i wystąpień publicznych w procesie sprzedaży.
- Rozumie zasady negocjacji sprzedażowych i ich wpływ na podnoszenie efektywności sprzedaży.

Umiejętności:

- Analizować i interpretować zmiany na rynku oraz dostosowywać do nich strategie sprzedażowe.
- Skutecznie badać potrzeby klienta, stosując różnorodne metody i techniki wywiadu sprzedażowego.
- Zastosować wiedzę z neuronauki w procesie budowania relacji oraz wpływania na decyzje zakupowe klientów.
- Profesjonalnie prezentować ofertę handlową przed klientami i dużą publicznością, stosując techniki wystąpień publicznych.
- Negocjować warunki współpracy, wykorzystując zaawansowane techniki negocjacyjne zwiększające skuteczność sprzedaży.

Kompetencje społeczne:

- Świadomie buduje profesjonalny wizerunek menedżera sprzedaży, uwzględniając etykę zawodową i standardy branżowe.
- Potrafi skutecznie komunikować się z klientami, partnerami biznesowymi i zespołem sprzedażowym.
- Jest otwarty na innowacje i nowe podejścia w sprzedaży, dostosowując je do realiów rynkowych.
- Samodzielnie analizuje i rozwiązuje problemy związane ze sprzedażą i zarządzaniem klientami.
- Wykazuje inicjatywę w doskonaleniu własnych umiejętności negocjacyjnych i sprzedażowych.

WERYFIKACJA NABYTYCH KOMPETECJI I CERTYFIKAT

Poziom wiedzy i umiejętności UP zostanie zmierzony na początku przystąpienia do projektu poprzez wypełnienie 'testu wejściowego'.

Poziom wiedzy i kompetencji zostanie zmierzony metodą ankietową na zakończenie szkolenia ('test wyjściowy'), a dodatkową formą ewaluacji wyników będzie obserwacja uczestników szkolenia przez trenera.

Porównanie – przyrost wiedzy i kompetencji zostanie porównany z ich poziomem przed rozpoczęciem szkolenia, zarówno w sposób ilościowy, jak i jakościowy.

Otrzymanie pozytywnej oceny z testu i obserwacji oraz uzyskanie min. 80% frekwencji na szkoleniu będzie uprawniało UP do otrzymania **certyfikatu potwierdzającego nabyte kompetencje oraz zawierającego info o efektach uczenia się i stopnia opanowania ich przez UP.**

Walidacja efektów kształcenia przewidziana w każdym zadaniu związanym ze szkoleniami będzie dokonywana przez inną osobę niż trener prowadzący szkolenie – tj. przez koordynatora ds. szkoleń. Podsumowując, proces walidacji będzie przebiegał niezależnie od procesu kształcenia.

Certyfikat będzie wydawany wspólnie przez organizatorów zgodnie ze wzorem obowiązującym w AWSB.

Szkolenie zostanie utrzymane w ofercie Akademii WSB jako szkolenie komercyjne. Informacja o nim znajdzie się na stronie www i w przypadku zebrania grupy chętnych szkolenie zostanie przeprowadzone odpłatnie. Utrzymana zostanie współpraca z partnerami, którzy będą uczestniczyć w aktualizacji programów i realizacji szkoleń.

KADRA

Osoby prowadzące szkolenie, będą spełniać co najmniej następujące warunki:

- Tytuł co najmniej magistra
- Doświadczenie jako coach ICC
- Doświadczenie, jako trener w prowadzeniu treningów i warsztatów (min 5 lat) z zakresu: zarządzania coachingowego, zarządzania zespołami sprzedażowymi, psychologii sprzedaży, rozwoju osobistego i merchandisingu, w firmach o profilu usługowym, handlowym i produkcyjnym.

REKRUTACJA

Podczas szkoleń 'TECHNIKI SPRZEDAŻY' przeszkolonych zostanie min. 200 osób w wieku 18-64 lata, zamieszkałych na terenie Polski. Kurs kierowany jest głównie do osób, dla których pogłębienie wiedzy, uzupełnienie luk kompetencyjnych, przekwalifikowanie będzie przepustką do wejścia/ powrotu/ utrzymania się na rynku pracy.

Informacja o rekrutacji i Kryteria obowiązkowe – szczegółowe informacje w Regulaminie

Oferta ma charakter otwarty, nie jest zawężona do konkretnej grupy osób, jednakże wskazano priorytety rekrutacji, dla osób w trudniejszej sytuacji społeczno-gospodarczej.

Kryteria premiujące dla osób dorosłych (1 pkt za każde):

- osób biernych zawodowo,
- bezrobotnych,
- osób poniżej 35 r.ż.,
- osób w wieku 50+,
- osób z niepełnosprawnościami,
- osób pełniących funkcje opiekuńcze,
- kobiet.

ORGANIZACJA

Niektóre Szkolenia stacjonarne będą odbywały się w **Akademii WSB** zlokalizowanej w **Dąbrowie Górniczej** przy ul. Cieplaka 1C. W przypadku pozostałych szkoleń informacja o miejscu jego odbywania zostanie podana na etapie rekrutacji.

PROMOCJA

Działania informacyjne i rekrutacyjne prowadzone będą aktywnie na terenie całej Polski z zastosowaniem różnych form. Na strategię promocji i informacji będą składały się skoordynowane działania wszystkich podmiotów tworzących grupę partnerską. Informacje będą kierowane bezpośrednio do odbiorców wsparcia (grupy docelowej), ale również do ogółu społeczeństwa.

Główną osią promocyjno-informacyjną będzie strona internetowa partnerów projektu (komunikaty i informacje) oraz oficjalne profile w najbardziej popularnych mediach społecznościowych tj. Facebook, Instagram.

EWALUACJA

W ramach projektu prowadzony będzie systematyczny monitoring zapotrzebowania rynku, aby lepiej dostosowywać program szkoleń.

Ewaluacja realizowanego programu szkoleniowego będzie kluczowym elementem procesu zarządzania szkoleniami. W pierwszej kolejności ewaluacja umożliwi ocenę, czy cele szkoleniowe są osiągnięte, a to pozwoli na bieżąco monitorować, czy realizowane szkolenia przynoszą oczekiwane rezultaty i czy uczestnicy nabierają potrzebnych umiejętności. Pomoże zidentyfikować, które elementy szkolenia były najbardziej skuteczne, co umożliwi zoptymalizowanie alokacji zasobów. Proces ewaluacji pełnić będzie zatem rolę narzędzia kontroli jakości szkoleń, co pozwoli zapewnić, że szkolenia są zgodne z oczekiwaniami i spełniają ustalone standardy. Ewaluacja nie tylko koncentruje się na wynikach końcowych, ale także na samym procesie szkoleniowym. To pozwala na stałe doskonalenie metod nauczania, dostosowanie do zmieniających się potrzeb i skuteczne reagowanie na nowe wyzwania. Ewaluacja będzie ważnym instrumentem zarządzania ryzykiem ponieważ pozwala zidentyfikować potencjalne problemy i ryzyka związane z programami szkoleniowymi, umożliwiając wcześniejsze działania korygujące. Podsumowując, ewaluacja projektu szkoleniowego jest kluczowym narzędziem do ciągłego doskonalenia programów, zapewnienia skuteczności działań oraz dostosowania szkoleń do zmieniających się potrzeb organizacji i otoczenia.