SELLFOCUS

Intensywny warsztat sprzedażowy

Od strategii → przez taktykę → po kreację → i do działających kampanii

Forma: warsztat praktyczny (praca na realnej ofercie uczestnika)
Czas trwania: 3 dni / łącznie 18–21 h
Rezultat końcowy: kompletny, spójny system sprzedaży + gotowa kampania reklamowa.

📍 DZIEŃ 1 – STRATEGIA SPRZEDAŻY

Fundament, bez którego cała taktyka nie ma sensu

Cel dnia: wyostrzenie komunikatu sprzedażowego i zbudowanie jednego, jasnego kierunku sprzedaży.

MODUŁ 1. Precyzyjna persona decyzyjna

Nie „klient", tylko osoba, która naprawdę podejmuje decyzję zakupową

- Wybór **konkretnej persony**
- Odróżnienie:
  - użytkownika usługi
  - decydenta
  - płatnika
- Eliminacja komunikacji „do wszystkich"

Efekt: jasno określona osoba, do której kierowana jest cała sprzedaż

MODUŁ 2. Pain points i emocje decyzyjne

Dlaczego klient chce kupić – a nie co chce kupić

- Frustracje, obawy i ryzyka po stronie klienta
- Straty czasu, pieniędzy, energii, reputacji
- Emocje stojące za decyzją zakupową w B2B

Efekt: lista realnych problemów, które sprzedaż ma rozwiązać

MODUŁ 3. Jobs To Be Done

Jaką „robotę" klient zleca Twojej firmie

- Przełożenie emocji na **konkretne rezultaty biznesowe**
- Co ma działać lepiej po zakupie?
- Jak wygląda „stan po" z perspektywy klienta

Efekt: klarowna obietnica efektu, a nie opisu usługi

MODUŁ 4. Benefity i USP oferty

Co naprawdę sprzedajesz (i czym się różnisz)

- Oddzielenie cech od benefitów
- Budowanie wartości:
    - funkcjonalnej
    - operacyjnej
    - emocjonalnej
- Wyłonienie **kluczowego wyróżnika (USP)**

Efekt: 3–5 najmocniejszych benefitów sprzedażowych

MODUŁ 5. Ścieżki sprzedażowe

Jedna oferta – wiele punktów wejścia

- Tworzenie kilku ścieżek komunikacji z jednego benefitu
- Tematy filarów sprzedaży i contentu
- Dopasowanie komunikatu do różnych momentów decyzyjnych klienta

Efekt: struktura komunikacji sprzedażowej na tygodnie/miesiące

MODUŁ 6. Angles (ujęcia sprzedażowe)

Ten sam komunikat, różne perspektywy

- Jak mówić o tej samej wartości na wiele sposobów
- Budowanie 10–20 ujęć dla jednej ścieżki sprzedaży
- Scenariusze do:
    - postów
    - rolek
    - reklam

Efekt: bank gotowych pomysłów do testowania

MODUŁ 7. Haczyki sprzedażowe

Jak zatrzymać uwagę w 2 sekundy

- Haczyki psychologiczne w komunikacji B2B
- Starty do treści i reklam
- Zasada „jasność > kreatywność”

Efekt dnia 1:
👉 **Kompletna strategia sprzedaży + bank tematów, angles i haczyków**

Zadanie domowe:
Dopracowanie persony i linii kreatywnych na podstawie feedbacku z sesji.

📍 DZIEŃ 2 – TAKTYKA

Zamieniamy strategię w konkretne materiały sprzedażowe

Cel dnia: stworzenie realnych kreacji, które można wdrożyć w marketing i reklamę.

MODUŁ 8. Formatowanie treści i kampanii

- Dobór formatów:
  - posty
  - reels
  - karuzele
  - reklamy
- Co idzie organicznie, a co w paid ads
- Spójność komunikatu na różnych kanałach

MODUŁ 9. Copy sprzedażowe

Pisanie tekstów, które prowadzą do decyzji

- Nagłówki sprzedażowe
- Teksty główne
- CTA dopasowane do etapu decyzji
- Praca na własnych liniach kreatywnych

MODUŁ 10. Grafiki i layouty

System zamiast pojedynczych kreacji

- Upraszczanie przekazu wizualnego

- Budowanie powtarzalnych layoutów
- Czytelność > estetyka

Efekt dnia 2:
👉 **Gotowy pakiet copy + system grafik/szablonów do kampanii**

Zadanie domowe:
Finalizacja materiałów i przygotowanie ich do uruchomienia w reklamach.

📍 DZIEŃ 3 – WDROŻENIE

Przestajemy planować. Zaczynamy sprzedawać.

Cel dnia: uruchomienie realnej kampanii i nauczenie się pracy na danych.

MODUŁ 11. Struktura kampanii reklamowej

- Wybór celu kampanii
- Logika testów
- Budżet startowy bez przepalania pieniędzy

MODUŁ 12. Ads Manager – krok po kroku

- Tworzenie kampanii
- Zestawy reklam
- Podstawowe ustawienia i błędy, których unikać

MODUŁ 13. Analiza i optymalizacja

Decyzje na podstawie danych, nie emocji

- Jak czytać wyniki

- Co poprawiać:
    - haczyk
    - grafikę
    - copy
- Arkusz decyzyjny do optymalizacji

Efekt dnia 3:
👉 **Kampania gotowa do uruchomienia + narzędzia do dalszej optymalizacji**

🎯 REZULTAT KOŃCOWY WARSZTATU

Uczestnik wychodzi z:

- precyzyjną personą/personami
- jasnym komunikatem sprzedażowym
- gotowym systemem treści i reklam
- realnie uruchomioną kampanią/kampaniami
- umiejętnością samodzielnej optymalizacji
- Umiejętnością zarządzania swoja komunikacją i przekazem

Chcesz wdrożyć **Sellfocus** w swoim biznesie lub firmie klienta?
Porozmawiajmy o dopasowaniu warsztatu do Twoich celów sprzedażowych.

Sylwia Rytarowska
Digital Project Lead

📧 **kontakt@sparkofgenius.tech**
📱 **+48 668 804 802**

Pracuję warsztatowo, na realnych ofertach i realnych liczbach.
Bez teorii. Bez lania wody. Z naciskiem na efekt sprzedażowy.