



MONITOR POLSKI

DZIENNIK URZĘDOWY RZECZYPOSPOLITEJ POLSKIEJ

Warszawa, dnia 16 marca 2021 r.

Poz. 276

**OBWIESZCZENIE
MINISTRA ROZWOJU, PRACY I TECHNOLOGII¹⁾**

z dnia 23 lutego 2021 r.

**w sprawie włączenia kwalifikacji rynkowej „Projektowanie i prowadzenie treningu rozwoju kompetencji sprzedażowych”
do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji**

Na podstawie art. 25 ust. 1 i 2 ustawy z dnia 22 grudnia 2015 r. o Zintegrowanym Systemie Kwalifikacji (Dz. U. z 2020 r. poz. 226) ogłasza się w załączniku do niniejszego obwieszczenia informacje o włączeniu kwalifikacji rynkowej „Projektowanie i prowadzenie treningu rozwoju kompetencji sprzedażowych” do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Minister Rozwoju, Pracy i Technologii: *J. Gowin*

¹⁾ Minister Rozwoju, Pracy i Technologii kieruje działem administracji rządowej – gospodarka, na podstawie § 1 ust. 2 pkt 2 rozporządzenia Prezesa Rady Ministrów z dnia 6 października 2020 r. w sprawie szczegółowego zakresu działania Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii (Dz. U. poz. 1718).

Załącznik do obwieszczenia Ministra Rozwoju, Pracy i Technologii z dnia 23 lutego 2021 r. (poz. 276)

INFORMACJE O WŁĄCZENIU KWALIFIKACJI RYNKOWEJ „PROJEKTOWANIE I PROWADZENIE TRENINGU ROZWOJU KOMPETENCJI SPRZEDAŻOWYCH” DO ZINTEGROWANEGO SYSTEMU KWALIFIKACJI

1. Nazwa kwalifikacji rynkowej

Projektowanie i prowadzenie treningu rozwoju kompetencji sprzedażowych

2. Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat

3. Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji rynkowej

Certyfikat ważny 5 lat. W celu przedłużenia okresu jego ważności o kolejne 5 lat wymagane jest udokumentowane potwierdzenie prowadzenia treningów sprzedaży przez co najmniej trzy lata od dnia wydania certyfikatu w wymiarze nie mniejszym niż 150 godzin. W przypadku niespełnienia tego warunku konieczne jest ponowne przystąpienie do walidacji.

4. Poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji przypisany do kwalifikacji rynkowej

6 poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji

5. Efekty uczenia się wymagane dla kwalifikacji rynkowej

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się

Osoba posiadająca kwalifikację „Projektowanie i prowadzenie treningu rozwoju kompetencji sprzedażowych” samodzielnie planuje, przeprowadza i ewaluje treningi sprzedaży. Posługuje się wiedzą na temat sprzedaży oraz specyfiki rozwoju kompetencji sprzedażowych, specyfiki treningów off the job oraz on the job. W oparciu o posiadaną wiedzę identyfikuje i analizuje potrzeby klienta związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych w organizacji, ustala cel treningu sprzedaży oraz analizuje potrzeby uczestników w zakresie ich przygotowania do procesów sprzedaży. Projektuje rozwój kompetencji sprzedażowych uczestników treningów. Dobiera formę treningu do zdiagnozowanych potrzeb organizacji i uczestników oraz poziomu kompetencji sprzedażowych. Opracowuje program treningu sprzedaży off the job oraz on the job, formułuje szczegółowe cele i efekty uczenia się, dobiera metody oraz dostosowuje do nich materiały oraz zadania sprzedażowe. Przeprowadza formy rozwoju kompetencji sprzedaży typu off the job (szkolenia, warsztaty, treningi, coachingi grupowe, symulacje sprzedaży). Prowadzi trening kompetencji sprzedażowych na stanowisku pracy (on the job), korygując zachowania sprzedawcy w jego środowisku pracy. Projektuje i przeprowadza ewaluację treningu sprzedaży off the job oraz on the job, w tym przygotowuje narzędzia do badania satysfakcji uczestników, oceny przebiegu treningu oraz kompetencji trenera i warunków organizacyjnych. Omawia wyniki i formułuje wnioski z przeprowadzonej ewaluacji treningu off the job i on the job.

Zestaw 1. Posługiwanie się wiedzą na temat sprzedaży

Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Charakteryzuje proces sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje metody pozyskiwania klientów: rekomendacje, social media, obecność na targach, konferencjach, cold calling, cold mailing, budowanie relacji biznesowych, reklama, – charakteryzuje etapy procesu sprzedaży spośród: etapu przygotowania, nawiązania kontaktu z klientem, badania potrzeb, prezentacji produktu, pokonywania obiekcji, finalizowania sprzedaży, obsługi posprzedażowej, – opisuje różnice w procesie sprzedaży w zależności od kanału sprzedaży.
Charakteryzuje rolę sprzedawcy w procesie sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje pożądane cechy i umiejętności sprzedawców, – opisuje błędy popełniane przez sprzedawców w procesie sprzedaży, – charakteryzuje elementy przygotowania pracy własnej sprzedawcy (operacjonalizacja celu, ustalenie efektów cząstkowych, kalkulacje pracy własnej i ustalenie własnego planu sprzedaży).

Identyfikuje typy i rodzaje klienta	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje typy klienta wg typologii DISC (Dominant, Influencing, Steady, Cautious), – opisuje rodzaje klienta: instytucjonalny, biznesowy, indywidualny, – przedstawia potrzeby klienta w procesie sprzedaży (potrzeby formalne, proceduralne i psychologiczno-emocjonalne), – charakteryzuje typy trudnego klienta (typy: krzyczący, wzbudzający litość, wzbudzający wyższość, atakujący, szantażujący).
Omawia metody i techniki oddziaływania na klienta	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje sposoby radzenia sobie z trudnym klientem, – omawia reguły wywierania wpływu społecznego, – wskazuje różnice między technikami wywierania wpływu a manipulacją, – opisuje sposoby radzenia sobie z manipulacją ze strony klientów, – omawia zasady asertywnych postaw wobec klientów, – dobiera metody zarządzania emocjami własnymi do przykładowej sytuacji z trudnym klientem.
Omawia rodzaje i kanały sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje rodzaje sprzedaży: pośrednia, bezpośrednia, tradycyjna, nowoczesna, osobista, e-commerce, sprzedaż detaliczna, sprzedaż hurtowa, sprzedaż internetowa, sprzedaż kontraktowa, – przedstawia i omawia kanały sprzedaży: przedstawiciele handlowi, pośrednicy handlowi, punkty sprzedaży bezpośredniej, kanał telefoniczny, kanał internetowy, aplikacje mobilne, pokazy, targi, eventy, akwizycja.
Przedstawia techniki sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje klasyczne techniki sprzedaży (perswazja, argumentacja handlowa, licytacja, wykorzystanie czasu, manipulacja) i przykładowe techniki nowoczesne, – dobiera techniki sprzedaży do etapu sprzedaży, – dobiera techniki sprzedaży do kanału sprzedaży, – opisuje techniki badania potrzeb w rozmowie z klientem, – omawia techniki prezentacji produktu w rozmowie z klientem, – opisuje techniki radzenia sobie z obiekcjami i zastrzeżeniami klientów, – omawia techniki zamykania i finalizowania sprzedaży.
Przedstawia znaczenie komunikacji w sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – wyjaśnia znaczenie komunikacji werbalnej i niewerbalnej w procesie sprzedaży, – wskazuje metody treningowe zwiększające umiejętności uczestników w zakresie komunikacji w procesie sprzedaży i charakteryzuje je, – charakteryzuje rodzaje barier występujących podczas procesu komunikacji w sytuacji sprzedażowej, – opisuje uwarunkowania procesu komunikacji w zależności od kanału komunikacji, – omawia sposoby zadawania pytań klientowi w celu poznania jego potrzeb, – omawia znaczenie stosowania języka korzyści w sprzedaży.
Przedstawia znaczenie produktu dla procesu sprzedaży	<ul style="list-style-type: none"> – omawia rolę produktu w procesie definiowania strategii sprzedaży, – wskazuje zakres informacji, które sprzedawca powinien przedstawiać klientowi o produkcie (cechy produktu/usługi, cena, gwarancja, korzyści dla klienta, warunki zakupu, specyficzne informacje zależnie od tego, co jest przedmiotem sprzedaży), – opisuje znaczenie oferowanego produktu dla doboru odpowiednich kanałów jego dystrybucji oraz form prezentacji.

Zestaw 2. Posługiwanie się wiedzą na temat rozwoju kompetencji sprzedażowych

Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Charakteryzuje formy rozwoju kompetencji sprzedażowych	<ul style="list-style-type: none"> – w podanych przykładach identyfikuje formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job oraz on the job, – wskazuje atuty i ograniczenia form rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job i on the job, – wskazuje zasady doboru form pracy związanych z rozwojem kompetencji sprzedażowych do planowanych do osiągnięcia celów rozwojowych, – opisuje sposoby rozwoju warsztatu trenera w zakresie treningów off the job i on the job.

Posługuje się wiedzą na temat treningu off the job	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje istotę treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job, – opisuje zasady prowadzenia treningu off the job, – charakteryzuje minimum 3 formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job (na przykład szkolenie, warsztat, trening, coaching grupowy), – omawia zadania i pożądane umiejętności trenera programu rozwoju kompetencji sprzedażowych w treningu off the job, – charakteryzuje rolę uczestnika w treningu off the job, – definiuje zasady udzielania informacji zwrotnej w treningu off the job.
Posługuje się wiedzą na temat treningu on the job	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje istotę treningu kompetencji sprzedażowych typu on the job, – opisuje zasady prowadzenia treningu on the job, – omawia zadania i pożądane umiejętności trenera programu rozwoju kompetencji sprzedażowych w treningu on the job, – charakteryzuje rolę uczestnika w treningu on the job, – definiuje zasady udzielania informacji zwrotnej w treningu on the job, – charakteryzuje narzędzia niezbędne do przeprowadzenia treningu on the job.

Zestaw 3. Diagnozowanie i ocena potrzeb w obszarze rozwoju kompetencji sprzedażowych oraz formułowanie celu związanego z rozwojem kompetencji sprzedażowych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Diagnostuje potrzeby organizacji związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje źródła informacji możliwe do wykorzystania w ustalaniu potrzeb organizacji w obszarze rozwoju kompetencji sprzedażowych spośród: opisów stanowisk pracy, struktury organizacyjnej, systemu motywacyjnego, wyników ankiet, wyników pretestów, wyników wywiadów z kadrą menedżerską, wyników konsultacji, wyników badań w grupie fokusowej, wyników oceny kompetencji sprzedażowych pracowników, – formułuje pytania do organizacji na temat jej potrzeb związanych z rozwojem kompetencji w obszarze sprzedaży, – w przykładowej wypowiedzi identyfikuje kluczowe sformułowania dotyczące potrzeb organizacji, związanych z rozwojem kompetencji w obszarze sprzedaży, – na podstawie przykładowych danych o organizacji formułuje wnioski z diagnozy potrzeb związanych z rozwojem kompetencji sprzedażowych.
Diagnostuje potrzeby uczestnika treningu związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych	<ul style="list-style-type: none"> – wskazuje zakres danych o uczestnikach, istotnych dla ustalenia celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych (liczba odbytych szkoleń w obszarze sprzedaży, doświadczenie w sprzedaży, wyniki sprzedażowe, największe sukcesy i porażki sprzedażowe, postawy i kompetencje personalne w zakresie sprzedaży), – wskazuje metody pozyskiwania informacji o potencjalnych uczestnikach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych, niezbędnych do ustalenia celu programu rozwojowego, – na podstawie danych o uczestnikach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych określa zakres diagnozy ich osobistych kompetencji sprzedażowych, – dobiera metodę oceny kompetencji sprzedażowych do celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych, – identyfikuje słabe i mocne strony zachowań sprzedażowych sprzedawcy w oparciu o obserwację nagranej sytuacji sprzedażowej, – na podstawie przykładowych wyników testów behawioralnych, na przykład testu inteligencji sprzedażowej, wyciąga wnioski na temat poziomu kompetencji sprzedażowych sprzedawcy, – identyfikuje indywidualne obszary kompetencji uczestnika wymagające doskonalenia w ramach programu rozwoju kompetencji sprzedażowych.

<p>Formułuje i uzasadnia cel organizacji oraz indywidualne cele uczestników treningu związane z rozwojem kompetencji sprzedażowych</p>	<ul style="list-style-type: none"> – na podstawie zidentyfikowanych potrzeb organizacji formułuje propozycję celu organizacji związanego z programem rozwoju kompetencji sprzedażowych, – uzasadnia propozycję celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych na podstawie zidentyfikowanych potrzeb organizacji, – formułuje i uzasadnia propozycję indywidualnego celu rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika na podstawie przeprowadzonej indywidualnej diagnozy, – formułuje planowane do osiągnięcia w programie rozwoju kompetencji sprzedażowych efekty uczenia się związane z indywidualnym celem uczestnika, – formułuje przykładowe kryteria weryfikacji osiągnięcia celu programu rozwoju kompetencji sprzedażowych, – do celu programu dobiera formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job (na przykład szkolenie, warsztat, trening) lub on the job oraz uzasadnia ich użycie w odniesieniu do założonych celów rozwoju kompetencji sprzedażowych.
--	---

Zestaw 4. Projektowanie i prowadzenie programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
<p>Planuje metody treningowe dla wybranej formy szkoleniowej typu off the job</p>	<ul style="list-style-type: none"> – dobiera przykładowe metody treningowe do modułu tematycznego i planowanej do osiągnięcia umiejętności uczestnika oraz opisuje sposób ich wykorzystania w treningu, – dobiera metodę treningową do zadania – pozyskiwanie danych o kliencie i poszukiwanie nowych klientów, – dobiera metodę treningową do zadania – autoprezentacja i komunikacja w procesie sprzedaży, – dobiera metodę treningową do etapów procesu sprzedaży, – dobiera metody i sposoby wyprowadzania uczestników treningu z fazy konfliktu, – dobiera metody treningowe do zadania – autoanaliza umiejętności i zachowań uczestników związanych z kompetencjami sprzedażowymi, – dobiera metody treningu kompetencji sprzedażowych do faz rozwoju grupy treningowej, – szacuje czas niezbędny do realizacji przykładowej metody treningowej dla określonej liczby uczestników, – dobiera środki i narzędzia dydaktyczne do wskazanej metody treningu kompetencji sprzedażowych.
<p>Posługuje się wiedzą na temat metod treningowych stosowanych w ramach programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job</p>	<ul style="list-style-type: none"> – charakteryzuje metody treningowe związane z prowadzeniem treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job (gra sprzedażowa, inscenizacja, symulacja, case study, odgrywanie ról, dyskusja w grupie), – opisuje zasady doboru metod treningowych do celów treningowych, – wskazuje metody treningowe zwiększające energię grupy w trakcie treningu kompetencji sprzedażowych, – wskazuje metody treningowe zwiększające motywację do uczestnictwa w treningu kompetencji sprzedażowych, – wskazuje metody treningowe sprzyjające autoanalizie umiejętności i zachowań uczestników związanych ze sprzedażą na etapie wprowadzenia do treningu kompetencji sprzedażowych.
<p>Projektuje treningowe zadanie sprzedażowe</p>	<ul style="list-style-type: none"> – tworzy scenariusz-opis zadania sprzedażowego, – do scenariusza zadania sprzedażowego tworzy instrukcje dla uczestników, – określa techniki rozwoju kompetencji sprzedażowych zastosowane w ramach zadania sprzedażowego, – opisuje zakładane rezultaty zadania sprzedażowego, – sporządza arkusz obserwacji procesu sprzedaży i zachowań uczestników w planowanym zadaniu sprzedażowym, – sporządza arkusz autoanalizy dla uczestnika planowanego zadania sprzedażowego.

Przygotowuje konspekt dla wybranej formy szkoleniowej typu off the job	<ul style="list-style-type: none"> – wymienia elementy konspektu dla wybranej formy rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job, – opisuje etapy, zadania sprzedażowe oraz metody i techniki treningowe, – określa czas realizacji poszczególnych zadań i metod treningowych, – określa narzędzia i środki dydaktyczne niezbędne do realizacji zaplanowanych zadań oraz metod i technik treningowych, – opisuje przykładowe wypowiedzi trenera.
Przygotowuje program grupowej formy szkoleniowej typu off the job związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych	<ul style="list-style-type: none"> – formułuje cel główny i zakres merytoryczny wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych, – formułuje bloki/moduły tematyczne wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych, – formułuje cele szczegółowe wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych, – podaje zagadnienia wchodzące w skład poszczególnych bloków/modułów tematycznych wskazanej formy szkoleniowej typu off the job (szkolenia/warsztatu/treningu/coachingu grupowego) związanej z rozwojem kompetencji sprzedażowych, – wskazuje efekty uczenia się planowane do osiągnięcia w ramach zaplanowanych bloków/modułów tematycznych.
Rozpoczyna trening kompetencji sprzedażowych i identyfikuje nastawienie uczestnika do treningu off the job	<ul style="list-style-type: none"> – określa zakres informacji niezbędnych przy powitaniu uczestników treningu kompetencji sprzedażowych, – opisuje minimum 2 sposoby angażowania uczestników treningu kompetencji sprzedażowych do dzielenia się doświadczeniem w zakresie sprzedaży, – wskazuje, jakie informacje o indywidualnych celach uczestników związanych z trenin-kiem kompetencji sprzedażowych może uzyskać dzięki zastosowanej metodzie pozyski-wania informacji, – formułuje pytania do uczestnika związane z jego osobistymi potrzebami związanymi z trenin-giem kompetencji sprzedażowych, – w przykładowej wypowiedzi uczestnika wskazuje informacje o jego osobistych potrze-bach i motywacji do udziału w treningu kompetencji sprzedażowych, – formułuje propozycję kontraktu z uczestnikiem na temat udziału w treningu kompetencji sprzedażowych, – wskazuje w przykładowej liście celów osobistych uczestników te, które nie mogą być osiągnięte w treningu kompetencji sprzedażowych, – przeformułowuje nierealne cele uczestników na cele możliwe do osiągnięcia w trakcie treningu kompetencji sprzedażowych.
Prowadzi treningowe zadanie sprzedażowe w ramach treningu off the job	<ul style="list-style-type: none"> – opisuje przykładowe zadanie sprzedażowe i wyjaśnia uczestnikom instrukcje do niego na podstawie przygotowanego przez siebie zadania sprzedażowego, – zadaje uczestnikom pytania dotyczące zadania sprzedażowego, aby sprawdzić, czy zostało ono przez nich dobrze zrozumiane, – udziela odpowiedzi na ewentualne pytania uczestników dotyczące zadania sprzedażowego, – informuje uczestników o czasie pozostającym do ukończenia zadania, – weryfikuje kompletność przygotowanych przez uczestników założeń w zakresie zaplano-wanych strategii i technik sprzedażowych, – dokonuje obserwacji zachowań sprzedażowych uczestników w trakcie wykonywania za-dania sprzedażowego i opisuje je w arkuszu obserwacji, – udziela informacji uczestnikom zadania na temat technik sprzedaży zaobserwowanych w zachowaniu uczestników podczas wykonywania zadania sprzedażowego i wskazuje im inne, które mogłyby być zastosowane, – opisuje relacje i procesy grupowe zachodzące między uczestnikami w trakcie wykonywania zadania sprzedażowego,

	<ul style="list-style-type: none"> - w przypadku wystąpienia konfliktu lub impasu przy realizacji przez uczestników zadania sprzedażowego, formułuje komunikat zawierający wskazówki dotyczące wychodzenia z tej sytuacji, - stosuje zwroty zachęcające do autoanalizy umiejętności i zachowań uczestników związanych z procesem sprzedaży.
--	---

Zestaw 5. Projektowanie i prowadzenie programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu on the job	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Prowadzi trening on the job	<ul style="list-style-type: none"> - opisuje zachowanie uczestnika podczas poszczególnych faz sprzedaży w arkuszu obserwacji, - opisuje zastosowane przez sprzedawcę techniki sprzedaży w arkuszu obserwacji, - opisuje sposób autoprezentacji i komunikacji stosowany przez sprzedawcę w arkuszu obserwacji, - identyfikuje zachowania sprzedawcy wzmacniające i ograniczające sprzedaż i odnotowuje je w arkuszu obserwacji pracy, - udziela informacji zwrotnych na temat zachowań sprzedawcy w procesie sprzedaży, - udziela instrukcji sprzedawcy w sytuacji sprzedażowej, - podaje przykłady zachowań wzmacniających proces sprzedaży w odniesieniu do poszczególnych etapów procesu sprzedaży, - na podstawie arkusza autoanalizy zachowań uczestnika wskazuje obszary rozwoju kompetencji sprzedażowych, - wskazuje sposoby korygowania zachowań sprzedawcy podczas procesu sprzedaży, - ustala ze sprzedawcą jego plan pracy własnej w zakresie kompetencji sprzedażowych, uzgadniając z nim obszary pracy, ramy czasowe i metody pracy, - wskazuje elementy raportu z treningu typu on the job, - formułuje przykład rekomendacji z treningu typu on the job.
Przygotowuje program indywidualnego rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika	<ul style="list-style-type: none"> - formułuje cel i zakres indywidualnego programu rozwoju kompetencji sprzedażowych uczestnika w ramach treningu on the job na podstawie przeprowadzonej diagnozy jego kompetencji sprzedażowych, - przygotowuje przykładowy arkusz obserwacji pracy uczestnika w ramach treningu on the job, - przygotowuje przykładowy arkusz autoanalizy zachowań dla uczestnika w ramach treningu on the job, - przygotowuje przykładowy arkusz raportu wskazującego mocne i słabe strony uczestnika w ramach treningu on the job, - wskazuje efekty uczenia planowane do osiągnięcia w ramach treningu on the job, - definiuje ramy czasowe treningu on the job niezbędne do osiągnięcia zakładanych efektów uczenia się.

Zestaw 6. Przygotowywanie i prowadzenie ewaluacji programów rozwoju kompetencji sprzedażowych	
Poszczególne efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji ich osiągnięcia
Planuje proces ewaluacji programów rozwoju kompetencji sprzedażowych i przygotowuje narzędzia ewaluacyjne	<ul style="list-style-type: none"> - omawia metody i narzędzia oceny efektywności treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job i on the job, - formułuje wskaźniki oceny planowanych celów treningu kompetencji sprzedażowych, - opracowuje ankietę oceny treningu kompetencji sprzedażowych typu off the job, w tym formułuje minimum 3 pytania oceny satysfakcji uczestnika i minimum 3 pytania oceny kompetencji treningowych trenera, - przygotowuje kryteria oceny treningu kompetencji sprzedażowych.

Przeprowadza ewaluację treningu off the job	<ul style="list-style-type: none"> – omawia popełnione błędy w trakcie prowadzenia treningu off the job, – opisuje sposoby eliminacji błędów w warsztacie związanym z treningiem off the job, – dokonuje oceny treningu off the job w oparciu o przykładowy raport z wynikami ewaluacji pod względem jego kompletności, – formułuje wnioski z przykładowego zestawu danych zebranych w procesie ewaluacji treningu off the job, – opisuje czynniki, które mogły mieć wpływ na realizację celów treningu off the job, – omawia działania, które mogą wzmacniać efekty treningu off the job po zakończeniu.
Przeprowadza ewaluację treningu on the job	<ul style="list-style-type: none"> – dokonuje oceny treningu on the job w oparciu o przykładowy raport treningu on the job, dane zawarte w arkuszu obserwacji pracy uczestnika treningu on the job i arkuszu autoanalizy zachowań dla uczestnika treningu on the job w zakresie realizacji założonych celów związanych z treningiem kompetencji sprzedażowych, – formułuje wnioski z przykładowego zestawu danych zebranych w raporcie treningu on the job, arkuszu obserwacji pracy uczestnika treningu on the job i arkuszu autoanalizy zachowań dla uczestnika treningu on the job w oparciu o przyjęte kryteria oceny treningu on the job, – opisuje czynniki, które mogły mieć wpływ na realizację celów treningu on the job, – omawia działania, które mogą wzmacniać efekty treningu on the job po jego zakończeniu.

6. Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację

Metody wykorzystywane podczas weryfikacji efektów uczenia się

Weryfikacja składa się z dwóch etapów: części teoretycznej i części praktycznej.

W części teoretycznej wykorzystuje się metodę testu teoretycznego.

W części praktycznej stosuje się wyłącznie następujące metody weryfikacji: case study, próbka pracy własnej, obserwacja w warunkach symulowanych (symulacja), wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją), analiza dowodów i deklaracji.

Metody zastosowane w części praktycznej uwzględniają poniższe warunki:

- 3 zestaw efektów uczenia się „Diagnozowanie i ocena potrzeb w obszarze rozwoju kompetencji sprzedażowych oraz formułowanie celu związanego z rozwojem kompetencji sprzedażowych” oraz efekty uczenia się „Przeprowadza ewaluację treningu off the job” i „Przeprowadza ewaluację treningu on the job” z zestawu 6 „Przygotowywanie i prowadzenie ewaluacji programów rozwoju kompetencji sprzedażowych” weryfikowane są metodą case study. Dopuszcza się, by efekty uczenia o charakterze wiedzowym z tych zestawów były potwierdzane testem teoretycznym. Dopuszcza się, by umiejętność „Przeprowadza ewaluację treningu off the job” została potwierdzona na podstawie analizy dowodów i deklaracji, tj. nadanej uczestnikowi procesu walidacji kwalifikacji „Prowadzenie szkoleń metodami aktywizującymi” i potwierzonego zestawu efektów uczenia „Ewaluacja szkolenia”.
- Próbką pracy własnej odnosi się do oceny opracowanego przez uczestnika własnego konspektu treningu sprzedaży, scenariusza treningowego zadania sprzedażowego oraz narzędzi ewaluacji treningu off the job i on the job. Zestawy 4 „Projektowanie i prowadzenie programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu off the job” oraz 5 „Projektowanie i prowadzenie programów rozwoju kompetencji sprzedażowych typu on the job” są weryfikowane metodą próbki pracy połączonej z obserwacją w warunkach symulowanych (symulacji).
- Obserwacja w warunkach symulowanych (symulacja) dotyczy prowadzonego przez uczestnika treningowego zadania sprzedażowego i treningu on the job.

Obserwacja prowadzona jest przy zachowaniu następujących zasad:

Treningowe zadanie sprzedażowe:

- trwa nie mniej niż 20 min,
- prowadzone jest przy udziale nie mniej niż 6 i nie więcej niż 8 uczestników, uczestnikami symulacji są inne osoby przystępujące do procesu walidacji lub statyści,
- prowadzone jest przez osobę ubiegającą się o kwalifikację na podstawie zatwierdzonego przez komisję walidacyjną konspektu i scenariusza treningowego zadania sprzedażowego,
- może być potwierdzone analizą próbek pracy własnej, które stanowić będą nagrania audio/wideo prowadzonego przez osobę przystępującą do walidacji treningowego zadania sprzedażowego,
- podsumowuje wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją walidacyjną).

Trening on the job:

- prowadzony jest przy udziale dwóch statystów, z których jedna osoba pełni rolę kupującego, druga sprzedawcy; rolę kupującego może pełnić jeden z członków komisji; rolę sprzedawcy może pełnić inna osoba uczestnicząca w procesie walidacji kwalifikacji,
- może być potwierdzony analizą próbek pracy własnej, które stanowić będą nagrania audio/wideo prowadzonego przez osobę przystępującą do walidacji treningu on the job,
- podsumowuje wywiad ustrukturyzowany (rozmowa z komisją walidacyjną).

Dopuszcza się, by efekty uczenia o charakterze wiedzy z tych zestawów były potwierdzane testem teoretycznym.

Zasoby kadrowe

W procesie walidacji biorą udział:

- operator elektronicznego systemu egzaminacyjnego, który organizuje zaplecze techniczne do przeprowadzenia weryfikacji i nadzoruje przebieg testu w przypadku, gdy test teoretyczny przeprowadzany jest w elektronicznym systemie egzaminacyjnym,
- komisja walidacyjna, składająca się z co najmniej 2 asesorów, która przeprowadza część praktyczną. Natomiast w przypadku gdy test przeprowadzany jest poza systemem elektronicznym, komisja odpowiada za nadzór nad prawidłowym przebiegiem tej części walidacji oraz sprawdzenie testu. Osoba będąca asesorem może być jednocześnie operatorem elektronicznego systemu egzaminacyjnego.

Operator systemu egzaminacyjnego musi posiadać:

- wykształcenie minimum średnie,
- znajomość obsługi komputera w zakresie uruchamiania oraz podstawowej obsługi systemu i zainstalowanych aplikacji,
- umiejętność rozwiązywania problemów w sytuacji trudności z nawiązaniem lub zanikiem połączenia internetowego lub obsługą przeglądarki w zakresie kompatybilności z platformą egzaminacyjną.

Weryfikację efektów uczenia się w części praktycznej prowadzi komisja walidacyjna.

Przewodniczący komisji walidacyjnej musi:

- posiadać kwalifikację pełną lub rynkową z obszaru sprzedaży lub obsługi klienta z poziomem co najmniej 7 PRK,
- posiadać udokumentowane co najmniej 5 lat doświadczenia w sprzedaży,
- posiadać udokumentowane co najmniej 480 godzin doświadczenia w treningu sprzedaży i co najmniej 3 lata doświadczenia w ocenie kompetencji związanych ze sprzedażą towarów lub usług, tj. pełnieniem obowiązków trenera sprzedaży, trenera obsługi klienta ze sprzedażą, menedżera sprzedaży, dyrektora sprzedaży.

Drugi członek komisji walidacyjnej musi:

- posiadać kwalifikację pełną lub rynkową z obszaru sprzedaży lub obsługi klienta z poziomem co najmniej 6 PRK,
- posiadać udokumentowane co najmniej 5 lat doświadczenia w sprzedaży,
- posiadać udokumentowane co najmniej 360 godzin doświadczenia w treningu sprzedaży lub co najmniej 3 lata doświadczenia w ocenie kompetencji związanych ze sprzedażą towarów lub usług, tj. pełnieniem obowiązków trenera sprzedaży, trenera obsługi klienta ze sprzedażą, menedżera sprzedaży, inżyniera sprzedaży, dyrektora sprzedaży.

Do zadań członków komisji należy w szczególności:

- stosowanie kryteriów weryfikacji przypisanych do efektów uczenia się dla opisywanej kwalifikacji oraz kryteriów oceny formalnej i merytorycznej dowodów na posiadanie efektów uczenia się właściwych dla opisywanej kwalifikacji,
- stosowanie zasad prowadzenia weryfikacji, a także różnych metod weryfikacji efektów uczenia się, zgodnie z celami walidacji i zasadami Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji.

Jeżeli instytucja certyfikująca prowadzi kształcenie w obszarze wnioskowanej kwalifikacji, to musi stosować rozwiązania zapewniające rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. W szczególności istotne jest zapewnienie bezstronności osób przeprowadzających walidację, przede wszystkim poprzez rozdział osobowy mający na celu zapobieganie konfliktowi interesów osób przeprowadzających walidację. Osoby te nie mogą weryfikować efektów uczenia się osób, które były przez nie przygotowywane do uzyskania kwalifikacji „Projektowanie i prowadzenie treningu rozwoju kompetencji sprzedażowych”.

Sposób organizacji walidacji oraz warunki organizacyjne i materialne

Instytucja certyfikująca musi zapewnić warunki niezbędne do przeprowadzenia części teoretycznej i praktycznej weryfikacji efektów uczenia się:

do realizacji części teoretycznej egzaminu:

- w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany w systemie elektronicznym: stanowisko komputerowe dla kandydata ubiegającego się o nadanie kwalifikacji (jedno stanowisko dla jednego kandydata), wyposażone w przeglądarkę internetową z dostępem do Internetu,
- w przypadku gdy test teoretyczny jest przeprowadzany poza systemem elektronicznym – arkusz testu oraz miejsce pozwalające na jego samodzielne wypełnienie;

na potrzeby części praktycznej egzaminu:

- salę szkoleniową wyposażoną w krzesła, stoły, flipchart, markery, rzutnik. W przypadku gdy uczestnik procesu walidacji potrzebuje do realizacji części praktycznej innych pomocy i materiałów, zapewnia je we własnym zakresie.

Instytucja certyfikująca musi zapewnić co najmniej 4 dni kalendarzowe, od momentu przekazania uczestnikowi procesu walidacji informacji o zakwalifikowaniu go do tego procesu, na przygotowanie przez uczestnika konspektu treningu sprzedaży i scenariusza treningowego zadania sprzedażowego. Oceny konspektu treningu i scenariusza sprzedaży dokonują członkowie komisji walidacyjnej.

Instytucja certyfikująca zapewnia ponadto:

- przykładowe case study w kilku wariantach uwzględniające: opis sytuacji klienta zamawiającego program rozwoju kompetencji sprzedaży, opis sytuacji sprzedażowej oraz materiał audio-wideo prezentujący zachowanie sprzedawcy w sytuacji sprzedażowej,
- formularz konspektu treningu sprzedaży,
- przykładowy raport z ewaluacji treningu sprzedaży typu off the job,
- przykładowy zestaw danych z oceny treningu on the job, w tym: raport treningu on the job, wypełniony arkusz obserwacji pracy uczestnika treningu on the job i wypełniony arkusz autoanalizy zachowań dla uczestnika treningu on the job.

Instytucja certyfikująca musi zapewnić bezstronną i niezależną procedurę odwoławczą, w ramach której osoby uczestniczące w procesie walidacji i certyfikacji mają możliwość odwołania się od decyzji dotyczących spełnienia wymogów formalnych, samych wyników, a także decyzji kończącej walidację. W przypadku negatywnego wyniku walidacji instytucja prowadząca walidację jest zobowiązana przedstawić uzasadnienie decyzji.

Etapy identyfikowania i dokumentowania

Instytucja certyfikująca zapewnia wsparcie doradcy walidacyjnego na etapie identyfikowania i na etapie dokumentowania posiadanych efektów uczenia się.

Doradca walidacyjny:

- stosuje metody i narzędzia pomocne przy identyfikowaniu i dokumentowaniu kompetencji,
- zna zasady weryfikacji dowodów na osiągnięcie efektów uczenia się,
- przestrzega wysokich standardów etyki zawodowej,
- zna wymagane efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ustalone dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego,
- zna metody i narzędzia stosowane w celu zweryfikowania wymaganych efektów uczenia dla kwalifikacji będących w zakresie jego działania jako doradcy walidacyjnego.

7. Warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji

Kwalifikacja pełna z poziomem 4 PRK oraz udokumentowane minimum 5 lat doświadczenia w prowadzeniu sprzedaży. Celem oceny spełnienia powyższego warunku kandydat przedkłada kopię świadectwa dojrzałości oraz dowody świadczące o posiadanym doświadczeniu w prowadzeniu sprzedaży.

8. Termin dokonywania przeglądu kwalifikacji rynkowej

Nie rzadziej niż raz na 10 lat.