

Droga pytań

Formułowanie pytań sprzedażowych
Trening zadawania pytań



1,5 h – 2 h



min: 3, max: 30
optymalnie: 9 – 15

GraSzkoleniowa.pl

© GrowinGame Sp. z o.o. - wszystkie prawa zastrzeżone.



Gra szkoleniowa „Droga pytań” rozpowszechniana jest przez GrowinGame wraz z licencją. Każdy nabywca gry zobowiązał się w chwili zakupu do przestrzegania jej warunków. Opracowanie ani żadna jego część nie mogą być przedrukowywane, reprodukowane, ani odczytywane w środkach masowego przekazu bez indywidualnej i pisemnej zgody GrowinGame. Prawa użytkownika gry do kopiowania jej lub jej części określone są w licencji udzielonej prawowitemu właścicielowi niniejszego opracowania. Rozpowszechnianie jakiegokolwiek metodą poligraficzną lub elektroniczną jest zabronione.

Pełna treść licencji jest dostępna na stronach nr 27 - 30.



Autorzy:
Wiktor Wołoszko
Krzysztof Szewczak



Dziękujemy za wybór naszych gier!
W razie pytań zadzwoń do nas lub napisz - GraSzkoleniowa.pl/kontakt
Podziel się także swoimi pomysłami na rozwój lub ulepszenie naszych produktów.



Jak dobrze przygotować się do prowadzenia gry?
GraSzkoleniowa.pl/przygotowanie – tu znajdziesz ważne i aktualizowane informacje, które pomogą Ci efektywnie przeprowadzić tę i inne nasze gry. Zapoznaj się z nimi koniecznie, szczególnie jeśli prowadzisz naszą grę po raz pierwszy.

Edycja 3

SPIS TREŚCI

O grze	4
Materiały do gry	5
Plan standardowej rozgrywki	8
Przebieg gry	10
1. Wprowadzenie do gry (15 min.)	10
2. Rundy rozmów sprzedażowych (60 min.)	12
3. Podsumowanie w zespołach (20 min.)	13
4. Omówienie rozgrywki (minimum 45 min.)	14
Wnioski i opinie uczestników po grze	16
Wydruki	17

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Odwiedź nas	26
Warunki licencji	28

O grze

„Droga Pytań” to gra dedykowana niezwykle ważnemu aspektowi rozmowy handlowej – zadawaniu pytań. Mobilizuje do myślenia i formułowania pytań prowadzących klienta do finalizacji sprzedaży.

Proste zasady gry koncentrują uwagę uczestników na stawianiu pytań, które nie tylko pozwolą zbadać potrzeby klienta, ale także przeprowadzą go przez rozmowę handlową w sposób budujący jego zainteresowanie, a docelowo – zachęca do zakupu.

Gra nie pozwala na zasypywanie klientów nadmierną ilością informacji. Uczy prowadzenia rozmowy, w której sprzedawca może poznać sytuację i prawdziwe potrzeby klienta. Poprzez możliwość obserwowania reakcji klientów na zadawane pytania, stwarza pole do eksperymentów, na które trudno zdobyć się w codziennej pracy.

Przydatnym mechanizmem zastosowanym w grze jest ocena pytań przez obserwatora. Doświadczenia z rozgrywek pokazują, że stanowią one wartościową informację zwrotną dla osoby w roli sprzedawcy. W toku omówienia rozgrywki możesz wykorzystać te oceny jako bodziec do zmierzenia się z przekonaniami, czy utartymi schematami działania, w których mogą tkwić uczestnicy (i nawet ich nie dostrzegać).

Konstrukcja gry nie narzuca osobie prowadzącej określonego podejścia merytorycznego do roli pytań i ich charakteru. Pozwala uzupełnić szkolenie i własną koncepcję o atrakcyjną formę treningu umiejętności zadawania pytań w trakcie rozmowy handlowej. Gra możliwa jest do zastosowania w różnym kontekście merytorycznym, np. jako uzupełnienie propozycji Sandlera.

„Droga pytań” rozwija umiejętność prowadzenia rozmowy sprzedażowej. Dodatkowo pozwoli uczestnikom wygenerować wiele pytań, które mogą być przedmiotem dalszej analizy. W efekcie możecie opracować zestaw nieszablonowych, najciekawszych i najskuteczniejszych pytań, które staną się podstawą pracy z klientami.

Cele:

- Trening umiejętności zadawania pytań w trakcie rozmowy sprzedażowej.
- Doświadczenie i omówienie wpływu różnych pytań na skuteczność sprzedaży.
- Wygenerowanie listy najciekawszych pytań do wykorzystania w praktyce.

Podczas gry uczestnicy prowadzą rozmowy sprzedażowe w 3-osobowych zespołach. W trakcie ich pracy nie jest wymagany stały nadzór osoby prowadzącej szkolenie, dlatego maksymalna liczba uczestników zależy głównie od możliwości organizacyjnych, a nie konstrukcji gry.

Życzymy Ci owocnych rozgrywek!

Materiały do gry

Gra rozgrywana jest w rundach, których liczbę można dostosować do potrzeb szkolenia i możliwości czasowych. W ramach każdej z rund uczestnicy prowadzą rozmowy sprzedażowe w 3-osobowych zespołach, w których przyjmują role: sprzedawcy, klienta, obserwatora. Przeprowadzenie kilku rund pozwoli wszystkim uczestnikom wcielić się w każdą z dostępnych ról – rekomenduję takie rozwiązanie.

Wydruki dla uczestników

W poniższej tabeli przedstawiona została liczba kopii poszczególnych materiałów do przeprowadzenia pierwszej rundy rozmów – zestaw dla 1 zespołu (czyli 3 osób z rolami: sprzedawcy, klienta oraz obserwatora).

Wydruk	Ile wydrukować	Gdzie znajdziesz
Instrukcja Zawiera opis niezbędnych informacji wprowadzających w rolę oraz przedstawia zadania uczestników. W instrukcji przy opisie roli sprzedawcy zaproponowane zostały kryteria, jakimi powinien kierować się uczestnik, formułując pytania do klienta. Kryteria te mogą być modyfikowane i dostosowywane do Twojej koncepcji roli oraz charakteru pytań w rozmowie sprzedażowej.	1	Na swoim koncie w serwisie GraSzkoleniowa.PL - w odrębnym pliku z wydrukami https://www.graszkoleniowa.pl/moje-konto/
Etapy rozmowy Jest to arkusz obrazujący etapy rozmowy sprzedażowej, przez które kolejno będą przechodzili uczestnicy. Jeżeli Twoja koncepcja etapów rozmowy handlowej różni się od zaprezentowanej w arkuszu, możesz stworzyć własną tabelę i wręczyć ją uczestnikom. Możliwe jest dodawanie nowych, jak i odejmowanie istniejących etapów lub zmiana ich nazw. Rekomenduję wydruk na grubszym papierze.	1	

Znaczniki pytań *		
Treść dostępna w pełnej wersji produktu	1*	
Barometr klienta		
Treść dostępna w pełnej wersji produktu	1	
Arkusze obserwatora **		
Treść dostępna w pełnej wersji produktu	2**	
Podsumowanie doświadczeń z gry Jest to zestaw pytań, który możesz przekazać uczestnikom po rozgrywce w celu usystematyzowania jej omówienia. Zabieg taki nie jest konieczny i jest szerzej opisany w instrukcji prowadzenia gry.	1	

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Wydruki dla trenera

Wydruk	Gdzie znajdziesz
Plan gry Jest to streszczenie planu rozgrywki – działań, które będziesz podejmować w trakcie jej prowadzenia. Stanowi formę pomocy, do której możesz sięgać w trakcie gry.	W odrębnym pliku z wydrukami

Wwżej wymieniona liczba wydruków będzie niezbędna podczas pierwszej rundy rozmów. Do kolejnych

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Na przykład:

Przy grupie 15-osobowej utworzysz 5 pełnych zespołów 3-osobowych. Potrzebujesz 5 zestawów wydruków. Dzięki nim przeprowadzisz pierwszą rundę rozmów. Jeżeli planujesz przeprowadzić w sumie 3 rundy

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Plan standardowej rozgrywki

Gra symulacyjna „Droga pytań” została zaprojektowana i przetestowana w wersji przedstawionej w niniejszej dokumentacji. Możesz jednak przeprowadzić dowolną liczbę rund rozmów, skracając lub wydłużając czas niezbędny na przeprowadzenie gry.

Zwiększając liczbę rund warto jednak stosować wielokrotność 3 rund (np. 6, 9, ...). Dzięki temu wszyscy uczestnicy będą mieli jednakowe szanse na wygraną.

Możesz dostosować do swoich potrzeb także czas trwania rozmów. W trakcie testów gry 15-20 minut okazało się wystarczającym czasem na jedną rundę rozmów. Jeśli jednak w Twojej grupie przedmiotem rozmów będą złożone produkty/usługi lub będziesz mieć do czynienia z grupą doświadczonych handlowców, możesz wydłużyć czas trwania rundy rozmów nawet do 30 minut.

Standardowa rozgrywka zakłada etapy przedstawione w poniższej tabeli.

L.p.	Etap	Materiały	Orientacyjny czas trwania przy 15 uczestnikach
I	Wprowadzenie do gry	Instrukcja Etapy rozmowy Znaczniki pytań Barometr klienta	15 min.
II	Pierwsza runda rozmów		20 min.
III	Druga runda rozmów	Arkusze obserwatora	20 min.
IV	Trzecia runda rozmów	Arkusze obserwatora	20 min.

V	Podsumowanie w zespołach	Podsumowanie doświadczeń z gry	20 min.
VI	Omówienie rozgrywki		40 min. *

* Czas trwania zależy od: liczby uczestników, ich doświadczenia w prowadzeniu rozmów sprzedażowych, celów szkoleniowych

Powyższy plan nie uwzględnia przerwy. Jeśli chcesz ją wprowadzić, zrób to po etapie podsumowania w zespołach lub po omówieniu pierwszych wrażeń z rozgrywki.

Zobacz wpis na blogu:

[Jak wzmocnić zaangażowanie graczy?](https://www.graszkoleniowa.pl/jak-wzmocnic-zaangazowanie-graczy/)

<https://www.graszkoleniowa.pl/jak-wzmocnic-zaangazowanie-graczy-2/>

Przebieg gry

GraSzkoleniowa.pl/przygotowanie – przypominamy, tu znajdziesz wskazówki i dobre praktyki dotyczące prowadzenia gier szkoleniowych oraz symulacyjnych. Koniecznie zapoznaj się z nimi, przygotowując się do prowadzenia tej gry.

Przedstawiona poniżej propozycja sposobu przeprowadzenia gry nie uwzględnia wprowadzenia merytorycznego do pytań, ich roli oraz najlepszych praktyk. Ze względu na wielość koncepcji odnoszących się do pytań w rozmowie sprzedażowej, wybór określonego podejścia do tej tematyki pozostawiam Tobie. Jedną z ciekawszych koncepcji, w którą gra wpisuje się idealnie jest np. propozycja Sandlera przedstawiona przez Davida Mattsona w książce „Zasady Sandlera. 49 ponadczasowych zasad sprzedaży... i jak je stosować”.

1. Wprowadzenie do gry (15 min.)

Zaproś uczestników do gry. Zadbaj o to, aby wprowadzenie było krótkie. Wszystkie szczegółowe informacje znajdą oni w [Instrukcji](#).

Zaproszenie może brzmieć np. tak:

Zapraszam Was do gry „Droga pytań”. Dzięki niej przećwiczymy umiejętność zadawania pytań w trakcie rozmowy handlowej. Doświadczymy również wpływu tych pytań na skuteczność sprzedaży.

Za chwilę rozdam Wam instrukcje, w których znajdziecie opis zasad gry oraz zadań jakie przed Wami stoją. Rozgrywka będzie przebiegać następująco:

Wymieniając kolejne etapy gry, zapisuj je na tablicy lub flipcharcie (tekst podkreślony):

Wprowadzenie do gry – 15 min. – Po tym jak podzielimy się na zespoły i wręczę Wam instrukcje oraz materiały do gry, będziecie mieli około 15 minut na przygotowanie się do rozmów.

Pierwsza runda rozmów – 20 min. – Będzie to czas na przeprowadzenie rozmów handlowych w ramach Waszych zespołów.

Druga runda rozmów – 20 min. – Nastąpi zmiana ról i będziecie kontynuować rozmowy.

Trzecia runda rozmów – 20 min. – To ostatnie rozmowy sprzedażowe, ponownie w zmienionych rolach...

Podsumowanie w zespołach – 20 min. – Po zakończeniu rozmów zaproszę Was do podsumowania Waszych doświadczeń i wrażeń w kiluosobowych zespołach.

(Przerwa – 5-15 min. – Zaproponuję Wam także krótką przerwę. Jeśli jednak będziecie mieli ochotę zrobić ją wcześniej lub później, proszę o informację w trakcie.)

Omówienie – 40 min.* – Na tym etapie przyjrzymy się dokładniej Waszym doświadczeniom oraz wyciągniemy wnioski, które będą pomocne w Waszej pracy.

W materiałach, które Wam za chwilę wręczę znajdziecie opis zasad gry i Waszych zadań. Jeśli będziecie mieli jakiegokolwiek pytania lub wątpliwości, bardzo proszę o zgłaszanie ich na bieżąco.

Podziel uczestników na 3-osobowe zespoły. Jeśli jedna lub dwie osoby pozostaną bez pełnego zespołu, poproś ich o dołączenie pojedynczo do innych, pełnych zespołów. Uprzedź 4-osobowe zespoły, że w ich przypadku 2 osoby wcielą się w rolę klientów rozmawiających jednocześnie ze sprzedawcą, na każdym etapie rozmów (osoby w roli klienta powinny ustalić między sobą, która z nich będzie wskazywać ocenę na barometrze; warto, aby robiły to sprawnie i w porozumieniu).

Po tym jak uczestnicy zapoznają się z instrukcjami, skup ich uwagę i podkreśl, że w grze występują 3 role – sprzedawcy, klienta oraz obserwatora. W ramach poszczególnych rund każdy z uczestników będzie wcielał się w inną rolę. Poproś także, aby teraz uzgodnili w swoich zespołach kto przyjmie poszczególne role na czas pierwszej rundy.

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Rozdaj uczestnikom [Instrukcje] oraz pozostałe materiały.

Na każdym z arkuszy [Etap rozmowy] rozłóż odpowiednią liczbę [Znaczników pytań]. Znaczniki będą odzwierciedlały limit pytań, jakimi dysponują sprzedawcy. Poniższa tabela przedstawia sugerowane wartości.

Etap	Treść dostępna w pełnej wersji produktu
Przykładowe limity pytań	

Możesz dowolnie modyfikować limity pytań dla poszczególnych etapów, w zależności od Twojej koncepcji funkcji pytań w rozmowie sprzedażowej. Możesz także zwiększyć standardowy limit wszystkich pytań. Pamiętaj jednak wówczas o wcześniejszym przygotowaniu odpowiedniej liczby [Znaczników pytań].

Przypomnij także w skrócie poniższe, najważniejsze zasady rozgrywki, najlepiej demonstrując przebieg gry z wybranymi uczestnikami. Na bieżąco odpowiadaj na ewentualne pytania.

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

2. Rundy rozmów sprzedażowych (60 min.)

Przypomnij uczestnikom, że mają 20 minut na przeprowadzenie rozmów i sfinalizowanie transakcji. Rozpocznij odliczanie czasu.

W trakcie rozmów Twoja rola powinna ograniczyć się do sporządzania notatek. Przyglądaj się pracy różnych zespołów i bazując na swojej wiedzy zapisuj co ciekawsze obserwacje.

Nie uprzedzaj uczestników o upływie czasu, chyba że sami o to zapytają. Po upływie czasu przeznaczonego na rozmowy handlowe zakończ rundę.

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Teraz uczestnicy powinni utworzyć nowe zespoły tak, aby każdy mógł przybrać w nich rolę, której jeszcze nie odgrywał.

W celu lepszej organizacji tworzenia nowych zespołów możesz wprowadzić następującą metodę. Poinformuj uczestników, że w kolejnej rundzie osoby, które pełniły rolę:

klientów → będą obserwatorami,

sprzedawców → będą klientami,

a obserwatorzy → będą sprzedawcami.

Alternatywnie – poproś uczestników o ustawienie się w 3 grupach zgodnie z nowymi rolami, a dopiero wówczas o dobranie się w trójki. Wskaż, aby dobrali się w zespoły z osobami, z którymi uprzednio nie grali.

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

3. Podsumowanie w zespołach (20 min.)

Po zakończeniu wszystkich rund rozmów i wyłonieniu zwycięzcy nie przechodź od razu do omówienia gry. Zapytaj uczestników o wrażenia, pozwól chętnym się wypowiedzieć. Kieruj także pytania bezpośrednio do osób, które Twoim zdaniem szczególnie zaangażowały się emocjonalnie w rozgrywkę.

Praca w zespołach w ramach tego etapu jest użyteczną formą podsumowania zachowań, wrażeń i doświadczeń uczestników w trakcie rozgrywki. Pozwala na włączenie wszystkich uczestników do rozmowy, co może być istotne ze względu na zaangażowanie w rozgrywkę.

Arkusz [*Podsumowanie doświadczeń z gry*] zawiera zestaw pytań, na które uczestnicy odpowiadają w zespołach 3-4 osobowych. Oczywiście możesz zmodyfikować te pytania lub w ogóle zrezygnować z tego etapu na rzecz wydłużenia czasu trwania omówienia.

Pytania zawarte we wspomnianym arkuszu mają na celu zebranie maksymalnej liczby wniosków uczestników, a także wyłonienie najciekawszych pytań. Pytania te możesz wspólnie z uczestnikami zebrać w listę, która będzie pomocna w ich codziennej pracy.

Jeśli zdecydujesz się na zastosowanie arkusza, połącz uczestników w nowe zespoły. Poinformuj także, że w trakcie spisywania wniosków mogą podchodzić do osób z innych zespołów, aby np. dopytać o fakty z rozmów z nimi odbytych, przypomnieć sobie pytania, które padły, itp. Wręcz zespołom kartki flipcharta, na których zapiszą swoje wnioski.

4. Omówienie rozgrywki (minimum 45 min.)

Rozpocznij od krótkiej prezentacji wniosków spisanych przez uczestników na poprzednim etapie. Jeśli etap odpowiedzi na pytania w zespołach został pominięty, możesz teraz zadać wybrane pytania z arkusza [*Podsumowanie doświadczeń z gry*].

Teraz możesz połączyć doświadczenia z gry z doświadczeniami z pracy uczestników, korzystając z przykładowych pytań:

- Na ile Wasze doświadczenia z gry są podobne do tego, z czym spotykacie się na co dzień sprzedając?

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Wnioski płynące z gry „Droga pytań” będą w dużym stopniu zależeć od umiejętności i wcześniejszych doświadczeń uczestników. Należy pamiętać, że treść rozgrywki, która jest podstawą do omówienia może znacząco się różnić w różnych grupach szkoleniowych. Dlatego też każda rozgrywka może stwarzać dla Ciebie zupełnie inne możliwości przeprowadzenia omówienia.

Omówienie możesz również przeprowadzić według poniższego zestawu pytań przygotowanego zgodnie z modelem DATA.

D – Data (skupcie się na faktach)

- *Jakie emocje towarzyszyły Wam podczas gry?*
- *Co pomyśleliście, gdy...?*

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

A – Analysis (zejdźcie głębiej i szukajcie przyczyn, mechanizmów)

- *Jakie były przyczyny niezadowolenia Klientów?*
- *Co sprawiało Wam trudności w porozumiewaniu się z Klientami?*

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

T – Transfer (wnioski odnieście do realiów uczestników)

- *Na ile ta gra jest podobna do sytuacji sprzedażowych, z którymi spotykacie się na co dzień / w pracy?*
- *Czego nowego nauczyliście się podczas tej rozgrywki?*

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

A – Application (Pomóż uczestnikom wdrożyć wnioski)

- *W jaki sposób wykorzystacie zdobytą wiedzę/opracowany zestaw pytań sprzedażowych w swojej pracy?*
- *Co możecie zrobić, aby w prawdziwym życiu było inaczej, niż w grze?*

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Podsumuj wypracowane wnioski. Aby uczestnicy mieli fizyczną pamiątkę z tej rozgrywki, zachęcam do skorzystania z [Kart akcji], które znajdziesz na ostatniej stronie wydruków:

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Wnioski i opinie uczestników po grze

- Sprzedawca powinien zadawać pytania, a nie prezentować całą ofertę.
- Sprzedawca powinien zadawać krótkie pytania.
- Sprzedawca powinien pytać o konkrety i uszczegóławiać potrzeby klienta.
- Trening czyni mistrza i aby być dobrym sprzedawcą trzeba przeprowadzić wiele rozmów z klientami.
- Jeśli chcemy zorientować się w potrzebach klienta, musimy zadawać pytania.
- Osoba zadająca pytania kontroluje rozmowę.
- Grunt to przygotowanie do rozmowy, które jest bardzo potrzebne.
- Trzeba dobrze znać produkt, który się sprzedaje.
- Zadawanie pytań wymusza od sprzedawcy gruntowną znajomość asortymentu.
- Fachowe doradztwo jest bardzo ważne, bo nie zawsze klient wie czego chce.
- Ważne jest, aby na samym początku budować relację, która pomoże w sprzedaży.
- Należy obserwować reakcje klienta na zadawane pytania.
- Ograniczona liczba pytań, które możemy zadać zmuszają do myślenia i ograniczają zadawanie zbędnych pytań.

Droga pytań

Wydruki

Licencja na używanie tych materiałów należy do podmiotu, który zakupił niniejszą grę szkoleniową.



Poniższe materiały stanowią komplet potrzebny do realizacji rozgrywki:

- Plan gry
- Instrukcja
- Etapy rozmowy
- Znaczniki pytań
- Barometr klienta
- Arkusz obserwatora
- Podsumowanie doświadczeń z gry
- Karty akcji

Plan gry

1. Wprowadzenie do gry (ok. 15 min.)

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

2. Pierwsza runda rozmów (20 min.)

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

3. Kolejne rundy rozmów (20 min. na rundę)

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

4. Wyłonienie zwycięzcy

5. Podsumowanie w zespołach (20 min.)

- Zapytaj o ogólne wrażenia.
- Utwórz nowe 3-4 osobowe zespoły.
- Wręcz zespołom po 1 kopii arkusza [*Podsumowanie doświadczeń z gry*].
- Wręcz kartki flipcharta do notowania.

6. Omówienie rozgrywki (od 45 min.)

- Omów z uczestnikami rozgrywkę korzystając z zaproponowanych pytań.
- Na zakończenie: wręcz każdemu [*Kartę akcji*] i poproś o zapisanie kluczowego wniosku z rozgrywki.

Instrukcja

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Każdy z uczestników rozmowy ma określone zadania:

Sprzedawca

Twoim najważniejszym zadaniem jest zadawanie Klientowi **pytań** tak, aby doprowadzić do zawarcia transakcji. Prowadź rozmowę w taki sposób, aby w jej trakcie to głównie Klient był stroną, która się wypowiada. Ty także możesz mówić, ale **bardzo krótko**, a każda Twoja wypowiedź musi być zakończona pytaniem.

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Klient

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Obserwator

Twoje zadania w trakcie rozmowy:

1. Zwracaj uwagę, aby każda wypowiedź Sprzedawcy była pytaniem lub była nim zakończona.

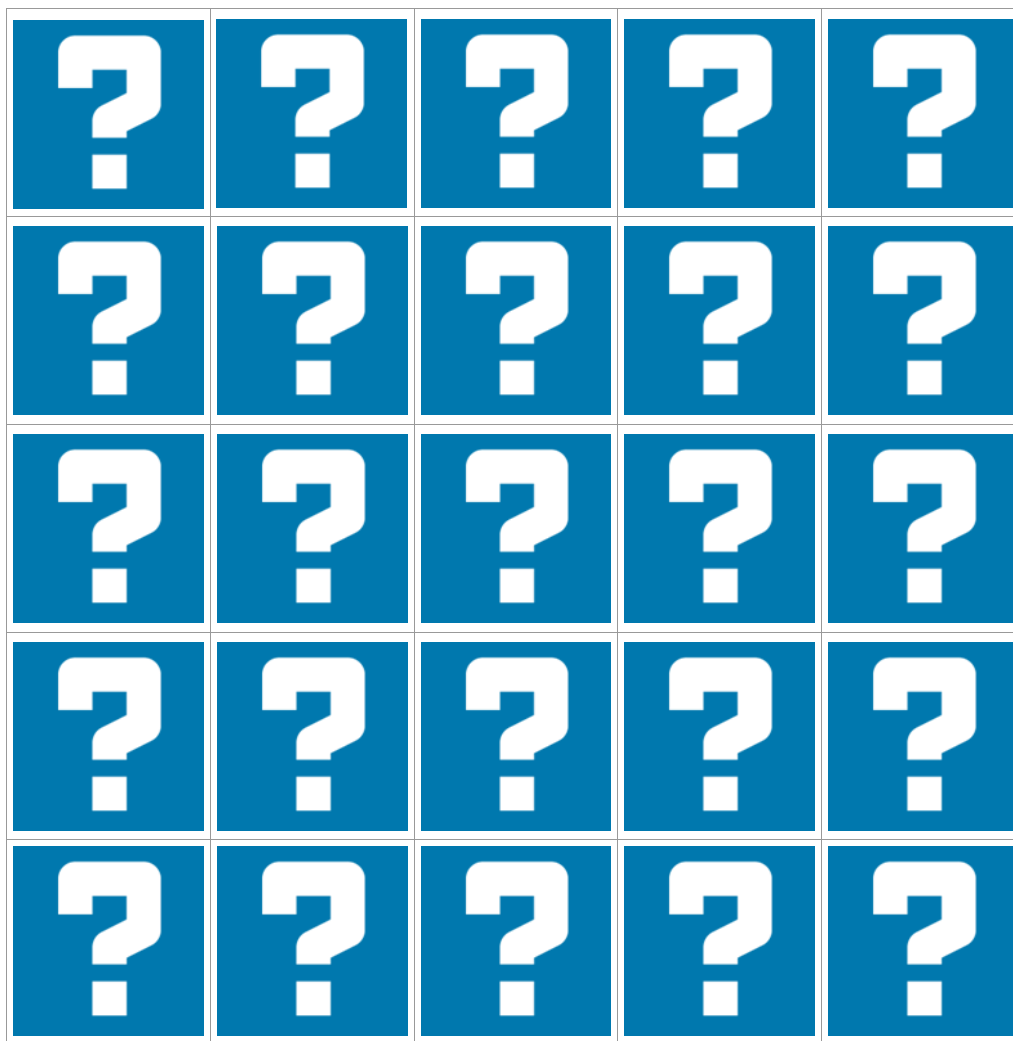
Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Etapy rozmowy

Treść
dostępna
w pełnej
wersji
produktu



Znaczniki pytań



Barometr klienta

Treść dostępna w pełnej wersji produktu

Arkusz Obserwatora

Sprzedawca:

Pytanie Sprzedawcy

Treść dostępna w
pełnej wersji produktu

Podsumowanie doświadczeń z gry

Skorzystajcie z poniższych pytań. Zapiszcie swoje wrażenia i doświadczenia z gry.

- *Jakie są wasze ogólne wrażenia z gry?*
- *Jak opisałibyście przebieg rozmów, których byliście świadkami i Wasze odczucia w ich trakcie?*
- *Które pytania szczególnie utkwiły Wam w pamięci? Dlaczego?*
- *Które pytania okazały się najlepsze i dały najciekawsze rezultaty?*
- *Co szczególnego jest w pytaniach, które uznaliście za najlepsze?*
- *Jakie są według Was cechy „dobrych pytań sprzedażowych”?*
- *Jakie wnioski dotyczące rozmowy handlowej możecie sformułować po rozgrywce?*

Karty akcji**Droga pytań**

*Podczas rozmowy handlowej będę
pamiętać...*

**GraSzkoleniowa.pl****Droga pytań**

*Podczas rozmowy handlowej będę
pamiętać...*

**GraSzkoleniowa.pl****Droga pytań**

*Podczas rozmowy handlowej będę
pamiętać...*

**GraSzkoleniowa.pl****Droga pytań**

*Podczas rozmowy handlowej będę
pamiętać...*

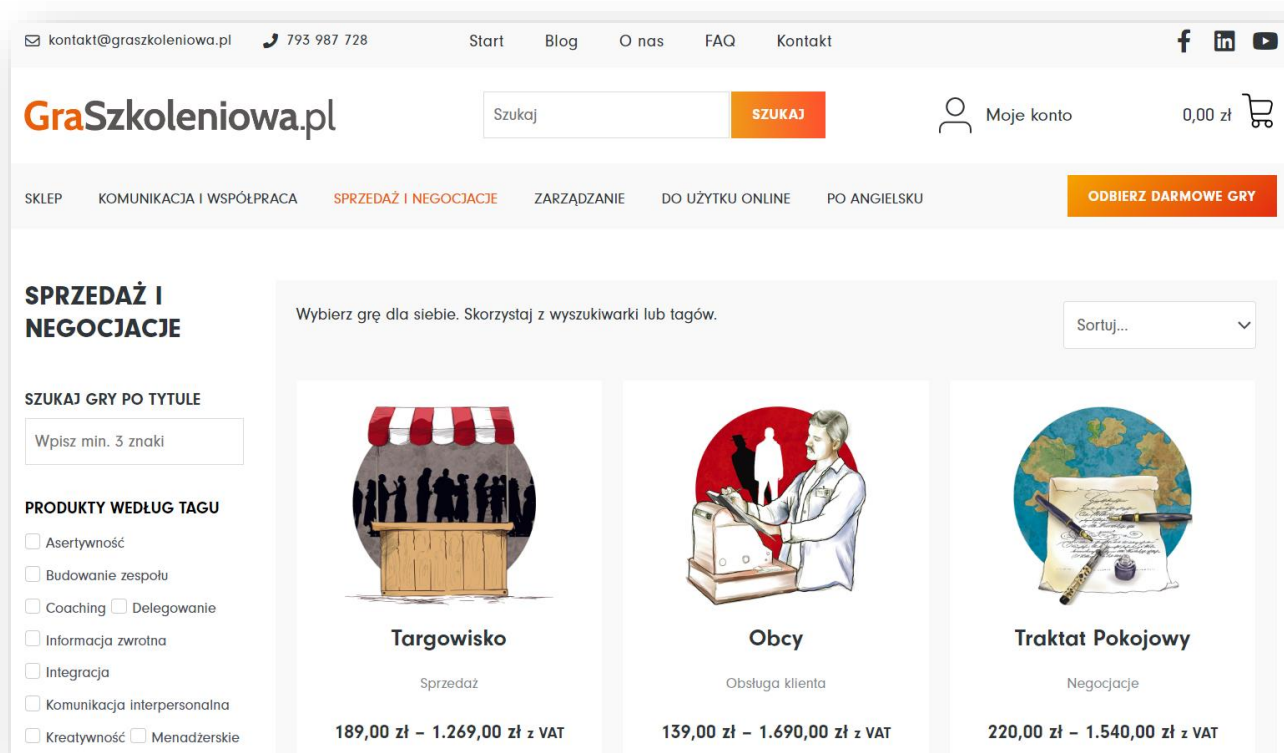
**GraSzkoleniowa.pl**

Odwiedź nas

Szukasz gier szkoleniowych rozwijające inne kompetencje, takie jak: komunikacja, zarządzanie, radzenie sobie z konfliktami, sprzedaż, negocjacje?

Wejdź na 

GraSzkoleniowa.pl



The screenshot displays the website's interface for the 'SPRZEDAŻ I NEGOCJACJE' (Sales and Negotiations) category. The header includes contact information (kontakt@graszkoleniowa.pl, 793 987 728), navigation links (Start, Blog, O nas, FAQ, Kontakt), and social media icons. The main navigation bar lists categories: SKLEP, KOMUNIKACJA I WSPÓŁPRACA, **SPRZEDAŻ I NEGOCJACJE**, ZARZĄDZANIE, DO UŻYTKU ONLINE, and PO ANGIELSKU. A prominent orange button reads 'ODBIERZ DARMOWE GRY'. The left sidebar features a search bar for titles and a list of tags for products, including Asertywność, Budowanie zespołu, Coaching, Delegowanie, Informacja zwrotna, Integracja, Komunikacja interpersonalna, Kreatywność, and Menadżerskie. The main content area shows three product cards: 'Targowisko' (Sales) for 189,00 zł - 1.269,00 zł z VAT, 'Obcy' (Customer service) for 139,00 zł - 1.690,00 zł z VAT, and 'Traktat Pokojowy' (Negotiations) for 220,00 zł - 1.540,00 zł z VAT. Each card includes an illustration and a 'Sortuj...' dropdown menu.

Polecam Ci również nasz blog, gdzie dzielimy się wiedzą i doświadczeniem na temat prowadzenia gier szkoleniowych.



Zobacz wybrane artykuły 🖱️

12 zasad skutecznego feedbacku

<https://www.graszkoleniowa.pl/12-zasad-skutecznego-feedbacku/>

Gra Wybory – relacja z rozgrywki online

<https://www.graszkoleniowa.pl/grawybory-relacja-z-rozgrywki-online-2/>

Przygotowanie do gry lub szkolenia – pobierz check listę

<https://www.graszkoleniowa.pl/przygotowaniedogrylubszkolenia-pobierzcheckliste/>

Warunki licencji

na użytkowanie gry symulacyjnej „Droga pytań”

Podstawowe definicje

Licencjodawca

GrowinGame Sp. z o.o., 12-100 Szczytno, ul. Łokietka 8, NIP 739-388-69-25, REGON 364942639, KRS 0000628262, zwana dalej w niniejszej Licencji **GrowinGame**.

Licencjobiorca

Prawowity nabywca gry symulacyjnej „Droga pytań” zakupionej za pośrednictwem serwisu internetowego www.graszkoleniowa.pl, wymieniony w stopce niniejszego opracowania, zwany dalej w niniejszej Licencji **Użytkownikiem**.

Licencja

Niniejszy dokument i jego postanowienia.

Dokumentacja

Wszelkie materiały składające się na grę szkoleniową, w szczególności instrukcja i objaśnienia dotyczące jej użytkowania oraz instrukcje i treści przeznaczone do wydruku dla uczestników rozgrywki.

§1 Przedmiot Licencji

1. Przedmiotem Licencji, zwanym dalej **Produktem**, jest **gra symulacyjna "Droga Pytań"** wraz z jej Dokumentacją.
2. Przedmiot Licencji korzysta z ochrony przewidzianej przepisami prawa autorskiego i oddany w używanie nie oznacza przeniesienia ich i wynikających z nich praw majątkowych na Użytkownika.
3. GrowinGame jest właścicielem majątkowych praw autorskich do Produktu. Jeśli prawa te lub ich części są w posiadaniu osób trzecich, to GrowinGame posiada odpowiednie prawa użytkowe.
4. GrowinGame zezwala Użytkownikowi na korzystanie z Produktu na warunkach niniejszej Licencji.

5. Zakup Produktu oznacza nieodwołalne przyjęcie niniejszej Licencji oraz powoduje, że warunki niniejszej umowy stają się prawnie wiążące.
6. GrowinGame nie upoważnia Użytkownika do udzielania dalszych sublicencji na Produkt.

§2 Prawa i obowiązki Użytkownika

1. Użytkownik ma prawo wielokrotnego i nieograniczonego w czasie używania Produktu dla własnych potrzeb zgodnie z jego funkcjami. Nie ma prawa płatnego rozpowszechniania powielonego Produktu i jego Dokumentacji.
2. Użytkownik nie ma prawa wypożyczania lub najmu Produktu i jego Dokumentacji lub ich kopii, ani publicznego ich udostępniania.
3. Użytkownik ma prawo powielania wybranych części Produktu jedynie w celu przekazania ich uczestnikom, prowadzonych przez Licencjobiorcę stacjonarnych lub zdalnych/on-line'owych zajęć edukacyjnych. Prawo to dotyczy części Produktu wskazanych w Dokumentacji jako materiały do gry, do wydruku dla uczestników rozgrywki. Dodatkowo, użytkownik powinien wskazać uczestnikom, że po zakończonej rozgrywce przekazane fragmenty gry mają być mu zwrócone lub usunięte z nośników elektronicznych (gdy były one wykorzystywane do realizacji rozgrywki w formie zdalnej). Użytkownik ma obowiązek ochrony swego egzemplarza Produktu i jego Dokumentacji przed wykonaniem kopii przez niepowołane osoby trzecie.
4. Produkt i każda jego część zawierają notatkę „© GrowinGame Sp. z o.o. & GraSzkoleniowa.pl” oraz adnotację dotyczącą Licencji. Użytkownik jest zobowiązany, aby razem z każdą kopią przekazywaną uczestnikom jego zajęć przejąć i zamieścić te zapisy w niezmienionej formie. Użytkownik ma prawo umieścić na tych kopiach swój znak handlowy.
5. Użytkownik ma prawo dokonywania zmian w Produkcie jedynie na własny użytek, z wyjątkiem notatki, o której mowa w §2, podpunkcie 4. Ma prawo powielania zmienionego Produktu wyłącznie na takich samych zasadach, jak dla produktu dostarczanego przez GrowinGame i opisanych w niniejszej Licencji. Nie ma prawa płatnego rozpowszechniania zmienionego Produktu i jego Dokumentacji.
6. W przypadku dokonania w Produkcie zmian przewidzianych w §2 podpunktem nr 6 Użytkownik ma obowiązek naniesienia na kopie przewidziane w §2 podpunktem nr 3 wyraźnej widocznej adnotacji o dokonaniu modyfikacji własnej.
7. W przypadku zakupu Produktu z licencją Osobistą, w stopce każdej strony Produktu wymienione będzie imię i nazwisko prawowitego Użytkownika. Użytkownik nie ma prawa użyczenia i udostępniania Produktu osobom trzecim w celu wykorzystania go w imieniu Użytkownika.

8. W przypadku zakupu Produktu z licencją Firmową, w stopce każdej strony Produktu wymieniona będzie nazwa firmy, jako prawowitego Użytkownika. Użytkownik taki ma prawo nieodpłatnego użyczenia i udostępniania Produktu osobom trzecim, zwanym dalej Wykonawcą, w celu wykorzystania go w imieniu Użytkownika, jeżeli spełni łącznie wszystkie następujące warunki:
 - zachowana będzie na kopiach, przewidzianych w §2 podpunktem nr 4, nazwa Użytkownika potwierdzająca związek Wykonawcy z Użytkownikiem,
 - pomiędzy Użytkownikiem a Wykonawcą będzie podpisana umowa przewidziana przepisami kodeksu handlowego, cywilnego lub prawa pracy, potwierdzająca prawo Wykonawcy do prowadzenia zajęć edukacyjnych w imieniu Użytkownika,
 - Użytkownik upewni się, że Wykonawca zapoznał się z zasadami niniejszej Licencji, akceptuje i zobowiązuje się je przestrzegać.
9. Wykonawca nie jest tożsamy z Użytkownikiem, któremu udzielana jest Licencja i nie nabywa żadnych praw do Produktu prócz tych, przewidzianych w §2.

§3 Zbycie praw do Licencji

1. Użytkownik nie uzyskuje prawa do odsprzedaży praw do Licencji innemu podmiotowi.
2. Użytkownik wyraża zgodę na przeniesienie przez GrowinGame wszelkich jego praw Licencjodawcy wynikających z niniejszej Licencji na inny podmiot pod warunkiem zachowania praw Użytkownika i obowiązków wobec nowego Licencjodawcy w niezmienionej formie.

§4 Naruszenie warunków Licencji

1. Naruszenie przez Użytkownika warunków Licencji powoduje unieważnienie Licencji i utratę wszystkich wynikających z niej praw Użytkownika do korzystania z Produktu oraz:
 - nakłada na Użytkownika obowiązek zniszczenia lub zwrócenia wszystkich kopii Produktu i jego Dokumentacji bez zwrotu kosztu ich zakupu,
 - daje GrowinGame prawo żądania odszkodowania finansowego w wysokości uzależnionej od wyceny strat, wykonanej przez GrowinGame.
2. Jeśli wyrok sądowy lub jakakolwiek inna przyczyna, czy siła wyższa narzuca Użytkownikowi działania niezgodne z zasadami niniejszej Licencji, Użytkownik zobowiązany jest zaprzestać używania Produktu.

§5 Wyłączenie odpowiedzialności

1. GrowinGame nie ponosi odpowiedzialności materialnej za jakiegokolwiek szkody lub straty Użytkownika związane z użytkowaniem Produktu objętego Licencją.

§6 Pozostałe postanowienia

1. Jeżeli jakiegokolwiek postanowienie niniejszej Licencji okaże się nieważne lub niewykonalne na gruncie obowiązującego prawa, pozostanie to bez względu na ważność lub wykonalność pozostałych postanowień i Licencji jako całości.
2. W zakresie nieuregulowanym warunkami Licencji mają zastosowanie przepisy Kodeksu Cywilnego i Ustawy o prawie autorskim i prawach pokrewnych.
3. Wszelkie spory sądowe związane z interpretacją niniejszej Licencji, wynikłe między GrowinGame a Użytkownikiem lub Wykonawcą podlegają wyłącznej jurysdykcji sądu właściwego dla siedziby prowadzenia przez GrowinGame działalności gospodarczej.