



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Marketing internetowy: Facebook, Instagram z elementami AI. Rolki. Canva. System reklamowy Meta Advance. E-COMMERCE + SEO - 5 dni

Numer usługi 2024/03/04/118911/2087919

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 38 h

📅 17.06.2024 do 25.06.2024

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

131,58 PLN brutto/h

131,58 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do : • Jednoosobowych działalności gospodarczych • Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli • Specjalistów SEO / SEM • Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników • Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów • Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce • Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	14-06-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	38
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram oraz do wykorzystania różnych metod promocji firmy w sieci, za pomocą zarówno płatnych form reklamy jak i narzędzi bezpłatnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planowanie właściwej strategii SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto Stosuje SEO do pozyskiwania klientów Dobiera odpowiednie słowa kluczowe Budowanie poprawnej struktury strony Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny
Tworzenie strony optymalnej dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch Tworzy Google Search Console na stronie Planuje skuteczną strategię pozyskiwania klientów z Google Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny
Wykorzystanie najważniejszych narzędzi na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów Tworzy strategię marketingową za pomocą Social Media Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego Wykorzystuje Canwę do tworzenia grafik na potrzeby Social Media Definiuje zmiany zachodzące w algorytmie Facebooka i dostosuje swoje działania w sieci	Prezentacja
Tworzenie grupy docelowej dostosowanej dla swojej branży	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, dokument potwierdza opis efektów uczenia się

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

tak dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

tak dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Rekomendacje przed szkoleniem:

Ze względu na dużą liczbę bloków warsztatowych, szkolenie przeznaczone jest dla osób, które mają już założone konta firmowe na FB/IG. Wraz z Trenerem będą mogły wprowadzić wszystkie najważniejsze konfiguracje.

Jak się przygotować do szkolenia Facebook, instagram w biznesie, aby było dla Ciebie jeszcze bardziej efektywne?

Jeśli masz już konta w social mediach:

- Sprawdź czy masz dostęp do profilu firmowego na Facebooku oraz Instagramie (jeżeli możesz mieć to uzyskaj). Przypomnij sobie loginy i hasła.
- Wypisz listę produktów bądź usług, które chcesz uwzględnić w promocji oraz najważniejsze aspekty swojej firmy.
- Jeżeli nie posiadasz strony firmowej na Facebooku nie martw się- pomożemy Ci ją założyć oraz skonfigurować z Menadżerem reklam.

I DZIEŃ

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowej

Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych- Facebook

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.

- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści - metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy - jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa - jak sobie z nią poradzić?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka-ćwiczenia

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej - logo, infografika, dobór kolorystyki i fontów - ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM - ćwiczenie
- Tworzenie animacji - ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

II DZIEŃ

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe-teoria+ praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

Konfiguracja niestandardowych formatów reklam:

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Reklamy z materiałem dynamicznym

III Dzień:

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Przedstawienie Instagrama i Threads: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj.
- Analiza profilu.
- Omówienie najważniejszych sekcji.

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo

- Hashtagi w nich siła.
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji- praktyka, ćwiczenia

- Trendy muzyczne na Instagramie
- Najważniejsze ustawienia: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.
- Identyfikacja graficzna na rolkach.
- Szablony na Instagramie.
- Pomysł na własną rolkę – I trik – ćwiczenie
- Aplikacje do tworzenia rolek – omówienie

IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Dodanie profilu Threads do Instagrama
- Dlaczego Threads
- Jaki Content dodawać na Threads
- Trendy
- Algorytmy
- Threads, a Twitter
- Zależności Threads, a Instagram

IV Dzień:

Trener –Krzysztof Bernardyn

I blok - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria- rozmowa na żywo

- Przegląd platform sklepowych: WooCommerce, PrestaShop, Magento itp.
- Szata graficzna sklepu oraz pozytywne doświadczenie użytkownika (User eXperience),
- Z czego składa się dobry sklep internetowy: kategoria, produkt, checkout, mail,
- Jak zaprojektować i zoptymalizować skuteczną stronę produktową?
- Audyt stron sprzedażowych.

II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- Strategia STP – segmentacja, targetowanie i pozycjonowanie online w praktyce
- Jak identyfikować punkty styku (touchpoints) dla wybranego produktu/usługi?
- Customer journey online – jak projektować mapę podróży klienta?
- Strategia ustalania cen, modele płatności.
- Modele wysyłki, magazyn, logistyka i śledzenie przesyłek.
- Porzucone koszyki – przyczyny i metody ich ratowania.

III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia

- Generowanie leadów – jak pozyskiwać kontakty handlowe w internecie?
- Planowanie kampanii reklamowych – wybór źródeł pozyskiwania leadów.
- Reklama w wyszukiwarkach cenowych - - Google Ads
- Jak skłaniać potencjalnych klientów do pozostawienia danych teleadresowych wraz ze zgodą na kontakt handlowy i marketingowy?
- Jak budować bazę odbiorców – e-mail, SMS, dane z social media?

IV blok - Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe.- teoria- rozmowa na żywo

- Porównywarki cenowe: po co istnieją, jakie występują w Polsce
- Allegro, Amazon, eBay, Ceneo - prowizje i płatności – ile kosztuje promocja
- ceneo.pl vs allegro.pl – jeden właściciel, różne serwisy – dlaczego w ten sposób?
- Przegląd konta sprzedawcy ceneo.pl: zamówienia, płatności i faktury, licytowanie pozycji, oferty.
- Przegląd metod promocji sklepu: licytowanie pozycji, boksy reklamowe, teksty promocyjne, promowanie na stronie kategorii, rekomendacje, przycisk „zadzwoń”.
- Tworzenie kampanii (warsztat)
- Opinie: zarządzanie opiniami, konfiguracje, zaufane opinie, widget opinii w naszym sklepie,
- Ochrona marki i walka z podróbkami lub podejrzanyimi ofertami.

V DZIEŃ:

I blok - Charakterystyka SEO- teoria - rozmowa na żywo

- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki
- Roboty, wyszukiwarki, data center
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok - czynniki wpływające na pozycję w Google- teoria- rozmowa na żywo

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycję w Google
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

III blok - SEO Copywriting- praktyka- ćwiczenia

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Jak uniknąć przeoptymalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków
- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?

IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka- ćwiczenia

- Metody pozyskiwania linków
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Local SEO
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach
- Wszystko o zapleczach SEO
- Znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO

- Jak budować efektywne zaplecza
- Narzędzia automatyzujące budowę zaplecza i generatory treści
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 32

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 32 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	17-06-2024	08:30	08:45	00:15
2 z 32 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	17-06-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 32 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	17-06-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 32 II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+p praktyka-rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	17-06-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 32 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	17-06-2024	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 32 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	17-06-2024	12:15	13:45	01:30
7 z 32 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka- ćwiczenia	Magdalena Głomska	17-06-2024	13:45	15:15	01:30
8 z 32 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	18-06-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 32 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	18-06-2024	10:00	10:30	00:30
10 z 32 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	18-06-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 32 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	18-06-2024	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 32 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	18-06-2024	12:15	13:45	01:30
13 z 32 IV Blok - Tworzenie reklam-Teksty i formaty reklamowe- teoria+ praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu	Magdalena Głomska	18-06-2024	13:45	15:15	01:30
14 z 32 I Blok – Eksperyckie Sztuczki Instagrama i Threads- teoria+praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	19-06-2024	08:30	10:00	01:30
15 z 32 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	19-06-2024	10:00	10:30	00:30
16 z 32 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie- teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	19-06-2024	10:30	12:00	01:30
17 z 32 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	19-06-2024	12:00	12:15	00:15
18 z 32 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka, ćwiczenia	Magdalena Głomska	19-06-2024	12:15	13:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
19 z 32 IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia Magdalena	Magdalena Głomska	19-06-2024	13:00	13:45	00:45
20 z 32 blok - Nasz własny sklep internetowy – dobre praktyki na 2024 rok.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	08:30	10:00	01:30
21 z 32 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	10:00	10:30	00:30
22 z 32 II blok – Customer journey map w praktyce – identyfikacja touchpointów i projektowanie ścieżki zakupowej klienta.- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	10:30	12:00	01:30
23 z 32 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	12:00	12:30	00:30
24 z 32 III blok - Planowanie kampanii sprzedażowych online – działania direct response i generowanie leadów w praktyce.- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	12:30	14:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 32 IV blok - Sprzedaż na zewnętrznych agregatorach sprzedaży i porównywarki cenowe.- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	24-06-2024	14:00	15:30	01:30
26 z 32 I blok - Charakterystyka SEO- teoria - rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	08:30	10:00	01:30
27 z 32 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	10:00	10:30	00:30
28 z 32 II blok - czynniki wpływające na pozycje w Google- teoria- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	10:30	12:00	01:30
29 z 32 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	12:00	12:30	00:30
30 z 32 III blok - SEO Copywriting- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	12:30	14:00	01:30
31 z 32 IV blok – linki i zaplecze SEO- praktyka- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	25-06-2024	14:00	15:15	01:15
32 z 32 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	25-06-2024	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	131,58 PLN
Koszt osobogodziny netto	131,58 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej, wydziału Zarządzania i Marketingu. Ma ponad 17 lat doświadczenia w sprzedaży. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich.

Od 4 lat jest właścicielem firmy Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 3 lat.



2 z 2

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie ćwiczeń.
- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Informacje dodatkowe

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Wymagania techniczne w przypadku webinarów / szkoleń online:

Dla aktywnego uczestnictwa w warsztatach, każdy jego uczestnik powinien posiadać komputer z dostępem do Internetu z zainstalowanym pakietem Office 2007, 2010, 2013 lub 2016/365 lub równoważnym oraz programem Acrobat Reader.

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą Google Meets/ Clickmeeting – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie clickmeeting/ Google meets opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.

Będzie to webinar realizowany w trybie dyskusji – umożliwi on uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506