

sprawny.marketing  
sp. z o.o.

## Pakiet szkoleń z Pawłem Tkaczykiem: Storytelling + Jak zbudować silną markę + Copywriting

Numer usługi 2024/06/25/10220/2197253

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 23.09.2024 do 25.09.2024

4 883,10 PLN brutto

3 970,00 PLN netto

203,46 PLN brutto/h

165,42 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |   |
|---------------------------------|---|
| Kategoria                       | Inne / Edukacja   |
| Sposób dofinansowania           | wsparcie dla osób indywidualnych<br>wsparcie dla pracodawców i ich pracowników  |
| Grupa docelowa usługi           | Osoby chcące zdobyć wiedzę z zakresu strategii marki, kreowania jej wizerunku oraz budowania silnej pozycji na rynku. |
| Minimalna liczba uczestników    | 6   |
| Maksymalna liczba uczestników   | 30  |
| Data zakończenia rekrutacji     | 19-09-2024  |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym  |
| Liczba godzin usługi            | 24  |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0   |

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa "Pakiet szkoleń z Pawłem Tkaczykiem: Storytelling + Jak zbudować silną markę + Copywriting" potwierdza przygotowanie do opracowywania strategii marki, kreowania jej wizerunku oraz budowania silnej pozycji na rynku.

### Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                  | Kryteria weryfikacji   | Metoda walidacji |
|---|--|------------------|
| Uczestnik charakteryzuje i definiuje dobrą opowieść | Uczestnik mierzy skuteczność opowieści.  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik sprzedaje za pomocą dobrej opowieści.  | Test teoretyczny |
| Uczestnik odpowiednio buduje swoją opowieść         | Uczestnik wyróżnia struktury i techniki opowieści  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik stosuje odpowiednie narzędzia, tworząc opowieść  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik odpowiednio dobiera format opowieści   | Test teoretyczny |
| Uczestnik kształtuje i ćwiczy swój storytelling     | Uczestnik szuka inspiracji   | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik praktycznie ćwiczy swoje umiejętności  | Test teoretyczny |
| Uczestnik przeprowadza analizy wstępne              | Uczestnik dobiera strategię rynkową  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik definiuje pojęcia tj. cykl życia produktu, macierz BCG, pięć sił Portera oraz wskazuje ich zastosowanie w praktyce | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik charakteryzuje model 4P i 4C   | Test teoretyczny |
| Uczestnik konstruuje komunikację marki              | Uczestnik ustala archetyp marki, szkielet marki  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik decyduje, jakie kanały komunikacji będą najlepsze  | Test teoretyczny |
| Uczestnik mierzy swoje działania                    | Uczestnik rozróżnia jednostki jakości w budowaniu marki  | Test teoretyczny |
|   | Uczestnik porównuje swoje działania i mierzy ich skuteczność   | 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 - zaświadczenie, które otrzymuje uczestnik zawiera 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 - zaświadczenie, które otrzymuje uczestnik 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 - zaświadczenie, które otrzymuje uczestnik potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

Szkolenie dedykowane jest osobom chcącym zdobyć kompleksową wiedzę z zakresu strategii marki, kreowania jej wizerunku oraz budowania silnej pozycji na rynku.

- Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych.
- Brak podziału na grupy.
- Szkolenie nie wymaga wstępnego przygotowania.
- **Walidacja efektów usługi odbędzie się z wykorzystaniem testu cyfrowego. Walidator jest autorem testu.**

Zakres tematyczny szkoleń:

- Mierzenie skuteczności opowieści (jednostki mierzenia; opowieści, które sprzedają)
- Struktura i narzędzia opowieści (trójkąt opowieści; archetypy)
- Techniki opowieści (rozpoczynanie opowieści; budowanie postaci; storyboarding mentalny, budowanie wiarygodności)
- Formaty opowieści
- Rodzaje strategii rynkowych
- Cykl życia produktu i jego komunikacja marketingowa
- Macierz BCG i jej zastosowanie
- Pięć sił Portera i ich praktyczne znaczenie rynkowe
- 4P marketingu (punkty wyróżnienia)
- Dwukierunkowa komunikacja z konsumentem
- Narzędzia konstruowania komunikacji marki (archetypy marki; szkielet marki; marki funkcjonalne)
- Mierzenie skuteczności działań
- Narzędzia copywritera
- Tworzenie osoby
- Język korzyści
- Techniki budowania tekstów
- Dobre praktyki w pracy copywritera
- Psychologia copywritingu.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 21</b> Skąd wiesz, że doszedłeś? Mierzenie skuteczności opowieści  | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |
| <b>2 z 21</b> Przerwa kawowa  | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 11:45               | 12:00               | 00:15         |
| <b>3 z 21</b> Wybuduj, a przyjdą. Struktura i narzędzia opowieści.        | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>4 z 21</b> Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)                      | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 13:00               | 13:45               | 00:45         |
| <b>5 z 21</b> Konkurowanie z Bogiem. Jakich technik potrzebujesz?         | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 13:45               | 15:00               | 01:15         |
| <b>6 z 21</b> Formaty opowieści. Jakie historie pasują do różnych okazji? | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 15:00               | 16:00               | 01:00         |
| <b>7 z 21</b> Przerwa kawowa  | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 16:00               | 16:15               | 00:15         |
| <b>8 z 21</b> Zostań lepszym opowiadaczem historii. Co dalej?             | Paweł Tkaczyk | 23-09-2024            | 16:15               | 17:00               | 00:45         |
| <b>9 z 21</b> Analizy wstępne – co musisz wiedzieć, zanim zaczniesz?      | Paweł Tkaczyk | 24-09-2024            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>10 z 21</b><br>Planowanie produktu lub usługi – marka zaczyna się wcześniej niż myślisz          | Paweł Tkaczyk | 24-09-2024            | 11:45               | 13:00               | 01:15         |
| <b>11 z 21</b> Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)   | Paweł Tkaczyk | 24-09-2024            | 13:00               | 13:45               | 00:45         |
| <b>12 z 21</b> Narzędzia konstruowania komunikacji marki – wszystko działa lepiej, jeśli to ułożysz | Paweł Tkaczyk | 24-09-2024            | 13:45               | 15:45               | 02:00         |
| <b>13 z 21</b> Mierzenie skuteczności działań, czyli skąd wiesz, że robisz dobrze?                  | Paweł Tkaczyk | 24-09-2024            | 15:45               | 17:00               | 01:15         |
| <b>14 z 21</b> Sprzedaż słowami. Co tak naprawdę chcesz osiągnąć?                                   | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 10:00               | 11:45               | 01:45         |
| <b>15 z 21</b> Przerwa  | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 11:45               | 12:00               | 00:15         |
| <b>16 z 21</b> Jaki powinien być dobry tekst? Bierzemy się do pracy                                 | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>17 z 21</b> Przerwa obiadowa (we własnym zakresie)   | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 13:00               | 13:45               | 00:45         |
| <b>18 z 21</b> Techniki budowania. Bo dobry tekst budujemy z klocków.                               | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 13:45               | 15:00               | 01:15         |

| Przedmiot / temat zajęć   | Prowadzący    | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|---------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 19 z 21 <b>Dobre praktyki.</b><br>Konkretnie: jak pisać na przykład newsletter? | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 15:00               | 16:00               | 01:00         |
| 20 z 21 <b>Przerwa</b>  | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 16:00               | 16:15               | 00:15         |
| 21 z 21 <b>Inspiracje.</b><br>Jak być lepszym copywriterem?                     | Paweł Tkaczyk | 25-09-2024            | 16:15               | 17:00               | 00:45         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|---|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 4 883,10 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 3 970,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 203,46 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 165,42 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Paweł Tkaczyk

Budowa silnych marek, Storytelling, Copywriting Sprzedażowy, Employer Branding  
Jeden z najbardziej rozpoznawalnych ekspertów od budowania marki w Polsce. Założyciel firmy MIDEA, Jego książki „Zakamarki marki” oraz "Grywalizacja" są bestsellerami i lekturą obowiązkową na najlepszych polskich uczelniach. Od 17 lat buduje silne marki, współpracował m.in. z HBO, Orange czy Google. Współtworzył lub konsultował marki pracodawcy dla Capgemini, Objectivity czy Orange.

2001 – 2003 - Uniwersytet Ekonomiczny we Wrocławiu - (MBA) Marketing

1997 – 2000 Wrocław School of Marketing and Management - Marketing

Prelegent na branżowych konferencjach takich jak Infoshare w Gdańsku czy I Love Marketing w Warszawie.

Prowadzi także wykłady i szkolenia w ramach współpracy z firmami w całej Polsce.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Materiały trenera, wysyłane po szkoleniu.
- Certyfikat elektroniczny, potwierdzający uczestnictwo w szkoleniu.

**Nie udostępniamy Uczestnikom oraz Operatorom zapisu szkolenia - szkolenia online nie są nagrywane.**

## Warunki uczestnictwa

Do udziału w szkoleniu online niezbędne jest stabilne połączenie z Internetem oraz:

- komputer stacjonarny/laptop/tablet,
- kamera, mikrofon, głośniki lub słuchawki.

**Uczestnik połączy się z wirtualną salą szkoleniową dzięki dostępowi (link do platformy ZOOM), wysłanemu dzień przed szkoleniem przez Realizatora usługi. Ważność dostępu obowiązuje do momentu zakończenia szkolenia.**

## Warunki techniczne

**Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy ZOOM.**

**W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:**

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

**Nie udostępniamy Uczestnikom oraz Operatorom zapisu szkolenia - szkolenia online nie są nagrywane.**

## Kontakt



**Monika Bartnikowska**

**E-mail** [monika.bartnikowska@sprawnymarketing.pl](mailto:monika.bartnikowska@sprawnymarketing.pl)

**Telefon** (+48) 577 331 077