



## Marketing 360: Pakiet Współczesnych Rozwiązań

Numer usługi 2024/07/08/10940/2213610

3 874,50 PLN brutto

3 150,00 PLN netto

161,44 PLN brutto/h

131,25 PLN netto/h

Ernst & Young  
spółka z  
ograniczoną  
odpowiedzialnością  
Academy of  
Business sp. k.



📍 Warszawa / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 09.12.2024 do 11.12.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie jest przeznaczone dla:  specjalistów i ekspertów w dziedzinie marketingu, którzy już posiadają pewne doświadczenie i wiedzę w tej dziedzinie oraz chcą pogłębić swoje umiejętności w obszarach automatycznej komunikacji, personalizacji i wdrażania zaawansowanych technologii marketingowych.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	05-12-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
<b>Liczba godzin usługi</b>	24
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie "Marketing 360: Pakiet Współczesnych Rozwiązań" przygotowuje uczestników do prowadzenia kampanii marketingowych 360, poprzez wykorzystanie nowoczesnych technik marketingowych.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Realizuje działania marketingowe	<ul style="list-style-type: none"><li>• automatyzuje komunikację marketingową</li><li>• wykorzystuje potencjał automatyzacji komunikacji</li><li>• personalizuje komunikaty marketingowe pod konkretne grupy odbiorców</li></ul>	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Prowadzi kampanie marketingowe	<ul style="list-style-type: none"><li>• monitoruje prowadzone działania marketingowe</li><li>• planuje strategie marketingowe</li></ul>	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych
Posługuje się wiedzą z zakresu współczesnych rozwiązań marketingowych	<ul style="list-style-type: none"><li>• identyfikuje zaawansowane technologie marketingowe</li><li>• charakteryzuje marketing automatyczny</li><li>• omawia sposoby personalizacji reklam</li><li>• śledzi trendy rynkowe i nowe rozwiązania marketingowe</li></ul>	Wywiad ustrukturyzowany
		Obserwacja w warunkach symulowanych

# Kwalifikacje

## Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

### Warunki uznania kompetencji

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

Dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji 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?**

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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

# Program

## PROGRAM

### MODUŁ 1

#### 1. Wprowadzenie do personalizacji doświadczeń klienta

- Definicja personalizacji w kontekście doświadczeń klienta
- Korzyści personalizacji dla biznesu i klientów
- Przegląd kluczowych kanałów komunikacji i ich znaczenie
- Rodzaje personalizacji: content, oferty, rekomendacje

#### 2. Projektowanie spersonalizowanej komunikacji

- Rozumienie profilu klienta: analiza demograficzna, behawioralna i psychograficzna
- Kreowanie treści dostosowanych do różnych etapów ścieżki zakupowej
- Wybór odpowiednich kanałów komunikacji: e-mail, witryna internetowa, media społecznościowe, aplikacje mobilne
- Tworzenie spersonalizowanych treści w różnych formatach
- Automatyzacja procesów komunikacyjnych w wielu kanałach

#### 3. Dynamiczne treści w komunikacji

- Techniczne aspekty dynamicznych treści: personalizacja w oparciu o dane klienta.
- Praktyczne przykłady dynamicznych treści w różnych kanałach.
- Personalizacja w email marketingu:
  - Sposoby i metody personalizacji
  - Personalizacja z wykorzystaniem systemu do marketing automation
  - Obsadzanie dynamicznych treści w email marketingu
  - Zaawansowane reguły w treściach HTML (if / else, loop) praca na snippetach typu jinja i podobne frameworki

#### 4. Segmentacja bazy klientów i leadów

- Definiowanie kluczowych parametrów segmentacji: demografia, zachowania, preferencje
- Definiowanie celów segmentacji i strategii personalizacji dla każdej grupy
- Wybór segmentów docelowych dla różnych kampanii
- Praktyczne przykłady skutecznej segmentacji

#### 5. Pozyskiwanie i wykorzystanie danych do segmentacji i personalizacji

- Źródła danych: ankiety, interakcje online, analiza zachowań
- Zapewnienie zgodności z regulacjami ochrony danych (GDPR, CCPA itp.)
- Narzędzia i techniki pozyskiwania danych klientów

#### 6. Wykorzystanie dodatkowych danych

- Jakie dodatkowe dane możemy wykorzystać i jakie mają zastosowanie w personalizacji na przykładzie „globalnych zmiennych” w jednym z systemów klasy Marketing Automation
- Praktyczne przykłady wykorzystania globalnych zmiennych
- Tworzenie dynamicznych komunikatów z wykorzystaniem zmiennych

#### 7. Planowanie i strategię wdrażania Personalizacji

- Tworzenie planu wdrożenia personalizacji
- Monitorowanie efektywności spersonalizowanych działań
- Wykorzystanie narzędzi analitycznych do mierzenia wskaźników sukcesu
- Doskonalenie strategii personalizacji na podstawie danych

#### 8. Studium przypadku i zadania praktyczne

- Analiza przypadków związanych z personalizacją
- Praktyczne ćwiczenia projektowania spersonalizowanej komunikacji
- Rozwiązywanie problemów związanych z implementacją personalizacji

### **Podsumowanie i dyskusja końcowa**

- Podsumowanie kluczowych punktów omówionych podczas szkolenia
- Możliwość zadawania pytań i wymiany doświadczeń.

## **MODUŁ 2**

### **1. Tworzenie efektywnych kampanii automatycznych**

- Istota automatycznych kampanii i ich rola w strategii marketingowej
- Planowanie kampanii: określenie celów, grup docelowych i przekazu
- Tagowanie kampanii dla lepszej personalizacji i analizy wyników
- Case study: Studium przypadku udanej kampanii automatycznej

### **2. Automatyczne kampanie w różnych typach biznesu**

- Automatyczne kampanie mailingowe w e-commerce: powitalne wiadomości, rekomendacje produktów, powroty do koszyka
- Automatyczna komunikacja w usługach: potwierdzenia rezerwacji, przypomnienia o wizytach
- Automatyzacje w branży B2B

### **3. Zaawansowane kampanie automatyczne**

- Kampanie typu „Welcome” (Drip emails) jako sposób na budowanie relacji od pierwszego kontaktu
- Ratowanie porzuconych procesów przy wykorzystaniu e-mail: przypomnienia i zachęty
- Kampanie post-purchase: podziękowania, oferty powtórne
- Kampanie bring-back i anti-churn: odzyskiwanie klientów i zapobieganie rezygnacjom
- Badanie satysfakcji i ankieta NPS jako narzędzia oceny i doskonalenia kampanii

### **4. Budowanie skutecznej strategii komunikacji automatycznej**

- Wyznaczanie celów strategii: zwiększenie konwersji, budowanie relacji, retencja klientów
- Analiza segmentów klientów: identyfikacja grup docelowych i ich potrzeb
- Personalizacja komunikacji: dostosowanie treści do charakterystyki klientów
- Wybór kanałów komunikacji: e-mail, SMS, powiadomienia push
- Cykl życia klienta: dostosowanie komunikacji do etapów relacji klienta z firmą
- Pomiar skuteczności: wskaźniki sukcesu, analiza danych, optymalizacja strategii.

## **MODUŁ 3**

### **1. Wprowadzenie do technologii marketingowych**

- Definicja i znaczenie wdrażania technologii marketingowych
- Rola technologii w dzisiejszym środowisku biznesowym
- Wyzwania i korzyści związane z wdrażaniem technologii marketingowych
- Przykłady zaawansowanych narzędzi technologicznych wykorzystywanych w marketingu

### **2. Etapy procesu wdrażania technologii marketingowych**

- Diagnozowanie potrzeb: identyfikacja problemów, celów i oczekiwań
- Wybór odpowiednich rozwiązań: analiza dostępnych technologii i narzędzi
- Planowanie wdrożenia: ustalanie harmonogramu, zasobów i zadań
- Wdrażanie i testowanie: praktyczne aspekty implementacji i weryfikacji
- Monitorowanie i optymalizacja: śledzenie efektów i dostosowywanie strategii

### **3. Rynek technologii marketingowych**

- Przegląd rynku technologii marketingowych
- Obecne trendy w obszarze technologii marketingowych
- Zmiany związane z rozwojem AI w kontekście technologii marketingowych

### **4. Wdrożenie technologii marketingowych na przykładzie systemu klasy Marketing Automation**

- Demo narzędzia systemu klasy Marketing Automation

- Wdrażanie narzędzia klasy Marketing Automation w praktyce

## 5. Integracja z istniejącymi procesami marketingowymi

- Współdziałanie nowych narzędzi z obecnym stackiem technologicznym
- Minimalizowanie zakłóceń i zmaksymalizowanie synergii między procesami
- Rozpoznawanie potencjalnych trudności podczas wdrażania technologii marketingowych

## 6. Monitorowanie efektywności i optymalizacja

- Określanie wskaźników kluczowych (KPI) do monitorowania
- Analiza danych i raportowanie efektywności
- Gromadzenie, przechowywanie i analiza danych generowanych przez technologie marketingowe

## 7. Studium przypadku i warsztaty praktyczne

- Analiza realnego przypadku wdrożenia technologii marketingowej (na przykładzie narzędzia do marketing automation)
- Wykorzystywanie analizy danych do podejmowania informowanych decyzji.

### **Informacje techniczne:**

**W trakcie szkolenia online korzystamy z platformy Zoom.** Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

### **Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:**

#### 1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

#### 2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

### **Czas trwania:**

Szkolenie trwa **24 godziny dydaktyczne** (tj. 45 minut).

### **Walidacja:**

W trakcie szkolenia przeprowadzana będzie walidacja w formie wywiadu ustrukturyzowanego oraz obserwacji w warunkach symulowanych.

Osoba walidująca waliduje usługę po jej zakończeniu, w oparciu o checklistę od trenera, a następnie potwierdza osiągnięcie efektów kształcenia swoim podpisem na certyfikacie.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 25

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>1 z 25</b> Wprowadzenie do personalizacji doświadczeń klienta- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	09:30	10:15	00:45	Tak
<b>2 z 25</b> Projektowanie spersonalizowanej komunikacji- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	10:15	11:15	01:00	Tak
<b>3 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	09-12-2024	11:15	11:30	00:15	Tak
<b>4 z 25</b> Dynamiczne treści w komunikacji; Segmentacja bazy klientów i leadów- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	11:30	12:15	00:45	Tak
<b>5 z 25</b> Pozyskiwanie i wykorzystanie danych do segmentacji i personalizacji- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	12:15	13:00	00:45	Tak
<b>6 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	09-12-2024	13:00	13:45	00:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>7 z 25</b> Wykorzystanie dodatkowych danych; Planowanie i strategię wdrażania Personalizacji -ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	13:45	15:30	01:45	Tak
<b>8 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	09-12-2024	15:30	15:45	00:15	Tak
<b>9 z 25</b> Studium przypadku i zadania praktyczne; Podsumowanie i dyskusja końcowa-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	09-12-2024	15:45	17:00	01:15	Tak
<b>10 z 25</b> Tworzenie efektywnych kampanii automatycznych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	10-12-2024	09:30	11:15	01:45	Tak
<b>11 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	10-12-2024	11:15	11:30	00:15	Tak
<b>12 z 25</b> Automatyczne kampanie w różnych typach biznesu-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	10-12-2024	11:30	13:00	01:30	Tak
<b>13 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	10-12-2024	13:00	13:45	00:45	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>14 z 25</b> Zaawansowane kampanie automatyczne -ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	10-12-2024	13:45	15:30	01:45	Tak
<b>15 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	10-12-2024	15:30	15:45	00:15	Tak
<b>16 z 25</b> Budowanie skutecznej strategii komunikacji automatyczne j-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	10-12-2024	15:45	17:00	01:15	Tak
<b>17 z 25</b> Wprowadzenie do technologii marketingowych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	11-12-2024	09:30	10:00	00:30	Tak
<b>18 z 25</b> Etapy procesu wdrażania technologii marketingowych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	11-12-2024	10:00	11:15	01:15	Tak
<b>19 z 25</b> Przerwa	Michał Korba	11-12-2024	11:15	11:30	00:15	Tak
<b>20 z 25</b> Rynek technologii marketingowych-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat	Michał Korba	11-12-2024	11:30	12:15	00:45	Tak



Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<p><b>21 z 25</b></p> <p>Wdrożenie technologii marketingowych na przykładzie systemu klasy Marketing Automation-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat</p>	Michał Korba	11-12-2024	12:15	13:00	00:45	Tak
<p><b>22 z 25</b></p> <p>Przerwa</p>	Michał Korba	11-12-2024	13:00	13:45	00:45	Tak
<p><b>23 z 25</b></p> <p>Integracja z istniejącymi procesami marketingowymi; Monitorowanie efektywności i optymalizacja-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat</p>	Michał Korba	11-12-2024	13:45	15:30	01:45	Tak
<p><b>24 z 25</b></p> <p>Przerwa</p>	Michał Korba	11-12-2024	15:30	15:45	00:15	Tak
<p><b>25 z 25</b></p> <p>Studium przypadku i warsztaty praktyczne-ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat</p>	Michał Korba	11-12-2024	15:45	17:00	01:15	Tak

## Cennik

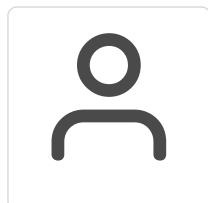
### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 874,50 PLN

<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	3 150,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	161,44 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	131,25 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Michał Korba

Michał jest absolwentem Politechniki Lubelskiej - kierunku Marketing.

Co-founder w User.com, ekspert marketing automation, szkoleniowiec w [sprawnymarketing.pl](https://sprawnymarketing.pl), pasjonat i teoretyk Internetu, praktyk e-marketingu, wykładowca na kierunku marketing internetowy w krakowskiej AGH – przedmiot „Growth Hacking”.

W branży marketingowej pracuje od ponad 19 lat. Zna zarówno perspektywę pracy w agencji reklamowej (7 lat jako szef działu digital) oraz specyfikę pracy w dziale marketingu.

Przedsiębiorca internetowy, rozumie, co to znaczy „robić marketing przy ograniczonych zasobach”.

Mówca na wielu konferencjach m.in.: Websummit, SaaSStock, Infoshare.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy z uczestników otrzyma komplet materiałów szkoleniowych w formie skryptu.

### Informacje dodatkowe

Harmonogram godzinowy szkolenia każdorazowo dostosowywany jest do grupy szkoleniowej.

Godziny realizacji poszczególnych modułów szkolenia mogą ulec zmianie.

## Warunki techniczne

### Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

Do realizacji szkoleń online korzystamy z platformy Zoom. Każdy uczestnik otrzymuje przed szkoleniem link do platformy internetowej (na wskazany adres mailowy), na której znajdować się będzie transmisja online. Uczestnictwo w streamingu nie wymaga żadnych, specjalnych oprogramowań: wystarczy, że komputer jest podłączony do Internetu (należy korzystać z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox lub Safari). Uczestnicy oglądają i słuchają na żywo tego, co dzieje się w sali szkoleniowej oraz śledzą treści wyświetlane

na komputerze prowadzącego. Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online. W przypadku mniejszych szkoleń uczestnicy mogą przez mikrofon komunikować się z trenerem i innymi uczestnikami kursu. Link do szkolenia online generowany jest przed szkoleniem i ważny jest przez cały czas trwania szkolenia (uczestnik może połączyć się w dowolnym momencie).

**Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji:** Dwurdzeniowy procesor Intel Core i5 2,5 GHz i wyższy.

**Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik:** pobieranie: 10 Mb/s, wysyłanie: 5 Mb/s.

**Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów:** Nie trzeba pobierać oprogramowania. Aby wziąć udział w szkoleniu online potrzebny jest komputer, laptop, telefon lub tablet ze stabilnym internetem i bez blokad firmowych.

**Podczas szkoleń online wykorzystujemy następujące funkcjonalności:**

1) Praca w grupach (breakout rooms)

- trener może podzielić uczestników automatycznie lub manualnie
- trener ustala czas trwania pracy w grupach
- pojawia się krótki komunikat na ekranie uczestnika, który informuje, że gospodarz zaprasza do podpokoju
- prowadzący może wysłać wiadomość do wszystkich pokoi jednocześnie, np. z opisem zadania do wykonania.

2) Narzędzia dostępne podczas sesji w breakout rooms:

- tablica, możliwość pisania mają wszyscy uczestnicy, efekt pracy można zapisać i pokazać w pokoju szkoleniowym, wszystkim uczestnikom szkolenia
- pokazywanie ekranu, każdy uczestnik może udostępnić swój ekran
- czat
- użytkownik pracujący w pokoju, może w dowolnym momencie zaprosić prowadzącego do pokoju grupowego.

**Usługa jest nagrywana na potrzeby ewentualnej kontroli.**

**W związku z tym, prosimy o włączenie kamery na czas udziału w szkoleniu. Dziękujemy.**

## Adres

al. Armii Ludowej 26  
00-609 Warszawa  
woj. mazowieckie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe
- Udogodnienia dla osób ze szczególnymi potrzebami
- W budynku znajduje się: parking dla rowerów, poczta, restauracja, firma kurierska, kiosk.

# Kontakt



**Zuzanna Stępień**

**E-mail** [zuzanna.stepien@pl.ey.com](mailto:zuzanna.stepien@pl.ey.com)

**Telefon** (+48) 510 201 314