



Leon Studio -
Leszek Wejcman

Brak ocen dla tego dostawcy

AI w akcji. Sprzedawaj w social mediach z pomocą Sztucznej Inteligencji - dla biznesu. EDYCJA 9

Numer usługi 2024/10/02/161161/2340832

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 23.10.2024 do 29.10.2024

3 567,00 PLN brutto

2 900,00 PLN netto

178,35 PLN brutto/h

145,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest skierowane do przedsiębiorców-właścicieli oraz pracowników z działów sprzedaży i marketingu. Przede wszystkim są to osoby zainteresowane wzrostem sprzedaży i pozyskiwaniem nowych klientów w Internecie, ale też osoby odpowiedzialne za przedstawianie produktów lub usług firmy, promocję, a także prowadzenie kanałów w mediach społecznościowych.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	16-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnik opanuje zasady sprzedaży w świecie cyfrowym i zacznie korzystać z narzędzi Sztucznej Inteligencji (AI) ułatwiających ten proces. Posiadzie wiedzę na temat psychologii procesu zakupu, negocjacji i będzie umiał ją wykorzystać do zwiększania sprzedaży. Zacznie tworzyć atrakcyjne i angażujące filmiki, teksty, grafiki, fotografie i inne treści pokazujące firmę i jej produkty. Nauczy się, jak tworzyć spójną identyfikację wizualną na firmowych kanałach social media.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opanował zasady sprzedaży w świecie cyfrowym.	- Zna i potrafi wyjaśnić kluczowe pojęcia i etapy cyfrowego procesu sprzedaży. - Potrafi identyfikować i wykorzystywać narzędzia cyfrowe ułatwiające ten proces. - Potrafi dostosować strategię sprzedaży do specyfiki kanałów cyfrowych.	Wywiad ustrukturyzowany
		Test teoretyczny
Uczestnik korzysta z narzędzi Sztucznej Inteligencji (AI) ułatwiających proces sprzedaży i prezentacji produktów.	- Zna i potrafi wymienić i opisać funkcje przydatnych narzędzi AI do wspomagania sprzedaży. - Potrafi samodzielnie korzystać z wybranych narzędzi AI w kontekście zadań sprzedażowych. - Umie ocenić przydatność narzędzi AI w swojej pracy.	Prezentacja
Posiada wiedzę na temat psychologii procesu zakupu, rozmów i negocjacji sprzedażowych.	- Zna i potrafi wyjaśnić kluczowe etapy i czynniki psychologiczne wpływające na decyzje zakupowe klientów. - Potrafi identyfikować potrzeby i oczekiwania klientów na podstawie ich zachowania. - Umie dostosować komunikat sprzedażowy do różnych typów klientów. - Zna i potrafi zastosować podstawowe techniki negocjacyjne. - Umie wypracować kompromis i osiągnąć korzystne dla obu stron porozumienie.	Deбата swobodna
Potrafi tworzyć atrakcyjne i angażujące filmiki, teksty, grafiki, fotografie i inne treści pokazujące firmę i jej produkty.	- Potrafi stworzyć krótkie filmy (np. rolki) angażujące odbiorców na kanałach social media. - Umie korzystać z AI, aby napisać chwytliwe teksty reklamowe i opisy produktów. - Potrafi zaprojektować atrakcyjne grafiki i zdjęcia promujące firmę. - Zna podstawowe zasady tworzenia spójnej identyfikacji wizualnej marki.	Prezentacja
Potrafi stworzyć i utrzymać spójną identyfikację wizualną na firmowych kanałach social media	- Zna i potrafi zastosować podstawowe zasady tworzenia spójnej identyfikacji wizualnej marki. - Umie stworzyć i wykorzystać spójne elementy graficzne (logo, kolory, fonty) na wszystkich kanałach social media. - Potrafi kontrolować spójność przekazu wizualnego na różnych platformach.	Prezentacja

Cel biznesowy

Po ukończeniu tego szkolenia uczestnicy będą w stanie osiągnąć konkretne cele biznesowe, które w znaczący sposób wpłyną na rozwój przedsiębiorstwa. Zakładamy osiągnięcie dwóch celów: 1. Cel sprzedażowy: osiągnięty przez opanowanie technik sprzedaży w sieci, w tym umiejętność tworzenia wysokiej jakości treści, które pokazują produkty lub usługi, co wprost prowadzi do pozyskania nowych klientów i podniesienia sprzedaży. 2. Cel marketingowy: dzięki zdobytym umiejętnościom uczestnicy będą mogli wpływać na liczby obserwujących i interakcji na firmowych profilach, co bezpośrednio przełoży się na zwiększenie świadomości marki.

Oba cele będą mierzalne poprzez konkretny wzrost wskaźników. Cel sprzedażowy: zwiększenie obrotów, zamówień i zapytań o produkty lub usługi. Cel marketingowy: liczba polubień, komentarzy i udostępnień treści.

Realizacja obu założonych celów jest osiągalna dzięki dostępowi do nowoczesnych narzędzi: szczególnie narzędzi wspomaganych Sztuczną Inteligencją (AI) oraz wsparciu doświadczonych trenerów, którzy w praktyczny sposób pokażą, jak efektywnie korzystać z najnowszych technologii.

Cele są realistyczne, ponieważ bazują na aktualnych możliwościach technologicznych i potrzebach rynkowych. Uczestnicy będą mieli do dyspozycji narzędzia i zasoby, które umożliwią im wdrożenie zdobytej wiedzy w codziennej pracy, co z kolei przyniesie wymierne korzyści ich firmie. Dzięki terminowemu podejściu, z jasno określonym harmonogramem i regularnymi sesjami szkoleniowymi, uczestnicy będą mogli stopniowo rozwijać swoje kompetencje, monitorując swoje postępy i wprowadzając ewentualne korekty.

Ukończenie szkolenia pozwoli uczestnikom na zwiększenie efektywności działań sprzedażowych i marketingowych w Internecie, co przyczyni się do wzrostu sprzedaży, nowych zapytań, rozpoznawalności marki, lepszego zaangażowania klientów. Pracownicy będą mogli lepiej planować, tworzyć i publikować treści sprzedażowe i marketingowe, analizować ich skuteczność oraz wykorzystywać najnowsze technologie do osiągania swoich celów biznesowych.

Efekt usługi

Uczestnicy szkolenia będą mogli wprowadzić szereg innowacyjnych praktyk i strategii, które zwiększą efektywność działań sprzedażowych i marketingowych w ich firmach.

Efekty szkolenia będą widoczne w postaci: wzrostu liczby klientów, poprawy wskaźników sprzedażowych, większego zaangażowania odbiorców w mediach społecznościowych oraz poprawy wizerunku marki. Aby ocenić, czy cele te zostały osiągnięte, zastosujemy precyzyjnie określone kryteria weryfikacji.

Przede wszystkim, uczestnicy szkolenia będą mogli wprowadzić bardziej zorganizowane i skuteczne strategie sprzedaży i content marketingu. Dzięki zdobytej wiedzy o technikach sprzedaży w Internecie, tworzeniu angażujących treści i korzystaniu z narzędzi AI, pracownicy będą w stanie generować ruch klientów, zainteresowanych treściami, które dokładnie pokazują produkty lub usługi firmy, przyciągając uwagę potencjalnych klientów, ale także budują długotrwałe relacje z istniejącymi odbiorcami.

Przykładowo, dzięki lepszemu opanowaniu technik sprzedaży, podwyższeniu jakości komunikacji z klientami, atrakcyjnej prezentacji produktów w postach i rolkach, można oczekiwać zwiększenia zapytań i zamówień, ale też i liczby polubień, komentarzy i udostępnień, co będzie bezpośrednim wskaźnikiem zaangażowania społeczności.

Efektywność tych działań zostanie zmierzona poprzez regularne monitorowanie i analizę danych sprzedażowych, a także analizę profili w mediach społecznościowych. Pracodawcy będą mogli śledzić postępy swoich pracowników poprzez narzędzia analityczne, takie jak Google Analytics czy narzędzia wbudowane w platformy społecznościowe (Facebook Insights, Instagram Analytics itp.). Zakładamy: wzrost zapytań o produkty lub usługi 15%, zwiększenie liczby obserwujących kanały firmowe o 30%, a także poprawa wskaźnika zaangażowania o 30%. Liczby te będą mierzalnymi wskaźnikami sukcesu.

Dzięki szkoleniu pracownicy zyskają również umiejętności efektywnego planowania kampanii marketingowych. Nauczą się, jak tworzyć i zarządzać harmonogramami publikacji, co pozwoli na bardziej przemyślane i spójne działania promocyjne. W efekcie, kampanie te będą bardziej skoordynowane i dostosowane do potrzeb odbiorców, co zwiększy ich skuteczność. Kryterium weryfikacji będzie tu nie tylko liczba zaplanowanych i zrealizowanych kampanii, ale także ich wyniki – w postaci zwiększonego ruchu na stronie internetowej, wyższego wskaźnika konwersji oraz większej liczby zapytań ofertowych.

Kolejnym efektem szkolenia będzie umiejętność tworzenia wysokiej jakości grafik i tekstów reklamowych przy użyciu narzędzi AI. Pracownicy będą mogli generować atrakcyjne wizualnie materiały promocyjne, które przyciągną uwagę klientów i wyróżnią firmę na tle konkurencji. Ocena skuteczności tych działań będzie oparta na liczbie przygotowanych materiałów, ich jakości oraz efektywności w

przyciąganiu odbiorców. Pracodawcy mogą oceniać te aspekty poprzez analizę wskaźników takich jak CTR (Click-Through Rate) w kampaniach reklamowych, liczba wyświetleń i interakcji z postami zawierającymi grafiki generowane przez AI oraz feedback od klientów.

Uczestnicy szkolenia zdobędą także umiejętności w zakresie tworzenia i montażu wideo, co jest niezwykle ważne w kontekście współczesnych strategii sprzedażowych i marketingowych. Krótkie, profesjonalnie przygotowane filmy mogą znacząco zwiększyć zaangażowanie odbiorców i pomóc w przekazaniu kluczowych informacji w atrakcyjnej formie. Efekty tych działań będą weryfikowane poprzez analizę wskaźników takich jak liczba zamówień, transakcji, a także liczba wyświetleń, średni czas oglądania, liczba interakcji oraz bezpośrednie opinie klientów.

Ważnym aspektem szkolenia jest również zdolność pracowników do efektywnego wykorzystywania technologii AI w codziennych działaniach. Pracodawcy będą mogli ocenić, czy pracownicy skutecznie wprowadzili te technologie do swojej pracy, poprzez monitorowanie ich zdolności do generowania treści, które są nie tylko atrakcyjne wizualnie, ale także zgodne z tonem i stylem marki. Kryteria weryfikacji obejmują tu liczbę i jakość wygenerowanych treści, stopień wykorzystania narzędzi AI oraz efektywność tych treści w kontekście kampanii marketingowych.

Szkolenie będzie miało również bezpośredni wpływ na umiejętność analizy i interpretacji danych przez pracowników. Dzięki zdobytym umiejętnościom analitycznym, będą oni w stanie lepiej zrozumieć zachowania i potrzeby swoich odbiorców, co pozwoli na bardziej precyzyjne dostosowanie strategii marketingowych. Pracodawcy mogą weryfikować te efekty poprzez regularne raporty analityczne przygotowywane przez pracowników, które będą zawierały konkretne rekomendacje i wnioski wynikające z analizy danych.

Długoterminowym efektem szkolenia będzie również poprawa wizerunku marki. Profesjonalnie prowadzone profile w mediach społecznościowych, wysokiej jakości treści i skuteczne kampanie reklamowe przyczynią się do zwiększenia rozpoznawalności i prestiżu firmy. Pracodawcy mogą oceniać te aspekty poprzez monitorowanie wskaźników takich jak liczba wzmianek o marce w mediach społecznościowych, sentyment opinii publicznych oraz liczba pozytywnych recenzji i rekomendacji.

Aby zapewnić, że te efekty zostaną osiągnięte, istotne jest zastosowanie odpowiednich kryteriów weryfikacji. Wśród nich znajdują się:

Wzrost zapytań sprzedażowych i wzrost wolumenu sprzedaży - wskaźniki monitorowane przez dział handlowy.

Wzrost liczby obserwujących i interakcji w mediach społecznościowych – regularne monitorowanie i analiza wskaźników takich jak liczba polubień, komentarzy, udostępnień oraz wzrost liczby obserwujących na platformach społecznościowych.

Jakość i efektywność treści – ocena przygotowanych materiałów promocyjnych pod względem jakości oraz ich skuteczności w przyciąganiu i angażowaniu odbiorców.

Skuteczność kampanii reklamowych – analiza wskaźników takich jak CTR, liczba wyświetleń i konwersji, co pozwoli ocenić, jak skutecznie kampanie przyciągają uwagę i przekształcają zainteresowanie w działania.

Stopień wykorzystania narzędzi AI – ocena, jak często i skutecznie pracownicy korzystają z narzędzi AI w swojej codziennej pracy, co można mierzyć poprzez liczbę wygenerowanych treści i ich jakość.

Raporty analityczne i interpretacja danych – regularne przygotowywanie i analiza raportów dotyczących zachowań i potrzeb odbiorców, co pozwoli na lepsze dostosowanie strategii sprzedażowych i marketingowych.

Poprawa wizerunku marki – monitorowanie liczby wzmianek o marce, sentymentu opinii publicznych oraz liczby pozytywnych recenzji i rekomendacji.

Implementacja tych kryteriów weryfikacji pozwoli pracodawcom na bieżąco monitorować postępy i skuteczność działań swoich pracowników, co z kolei umożliwi wprowadzanie ewentualnych korekt i optymalizację strategii marketingowych. Dzięki temu, firmy będą mogły osiągnąć znaczące korzyści biznesowe, zwiększając swoją konkurencyjność i zdolność do efektywnego wykorzystania mediów społecznościowych i technologii AI.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

1 Analiza finansowa.

Ocena efektywności szkoleń poprzez analizę finansową, która pozwoli na ocenę wpływu nowych umiejętności pracowników na wyniki finansowe firmy. Pracodawcy mogą monitorować wskaźniki takie jak wzrost sprzedaży, ROI z kampanii marketingowych, koszty związane z tworzeniem treści i kampaniami reklamowymi oraz ogólną rentowność działań sprzedażowych i marketingowych. Poprawa tych wskaźników będzie świadczyć o tym, że szkolenie przyniosło wymierne korzyści biznesowe i przyczyniło się do zwiększenia efektywności.

2 Benchmarking.

Porównanie wyników osiągniętych przez przeszkolonych pracowników z wynikami innych firm z branży może być również cennym narzędziem oceny efektywności szkoleń. Pracodawcy mogą korzystać z benchmarkingu, aby ocenić, jak ich działania wypadają na tle

konkurencji i jakie korzyści przyniosły wprowadzone zmiany. Analiza wyników w kontekście branżowym pozwoli na lepsze zrozumienie, jak skutecznie przeszkoleni pracownicy wdrażają nowe umiejętności i jakie efekty przynoszą ich działania w porównaniu do innych firm.

3. Raporty analityczne.

Pracownicy, którzy ukończyli szkolenie, powinni regularnie przygotowywać raporty analityczne dotyczące zachowań i potrzeb odbiorców w mediach społecznościowych. Te raporty mogą obejmować analizę demografii, preferencji i zachowań użytkowników, a także skuteczność różnych typów treści. Pracodawcy mogą oceniać te raporty pod kątem dokładności, przejrzystości i użyteczności w planowaniu przyszłych kampanii marketingowych. Regularne i szczegółowe raporty analityczne będą dowodem na to, że pracownicy potrafią efektywnie analizować dane i wyciągać z nich praktyczne wnioski.

4. Feedback od klientów.

Opinie klientów mogą być również cennym źródłem informacji o skuteczności szkolenia. Pracodawcy mogą zbierać feedback od klientów na temat jakości i wartości tworzonych treści oraz ogólnego wizerunku marki w mediach społecznościowych. Ankiety, wywiady i bezpośrednie opinie mogą dostarczyć cennych informacji na temat tego, jak zmiany wprowadzone po szkoleniu wpłynęły na postrzeganie marki i zadowolenie klientów. Pozytywne opinie i zwiększone zadowolenie klientów będą potwierdzeniem, że szkolenie przyniosło oczekiwane efekty.

5. Regularne audyty i przeglądy

Pracodawcy mogą również przeprowadzać regularne audyty i przeglądy działań sprzedażowych i marketingowych prowadzonych przez przeszkolonych pracowników. Te audyty mogą obejmować analizę strategii marketingowych, planowania kampanii, jakości treści oraz skuteczności działań w mediach społecznościowych. Regularne przeglądy pozwolą na bieżąco oceniać postępy i wprowadzać ewentualne korekty, aby zapewnić ciągłe doskonalenie i osiągnięcie założonych celów.

6. Monitorowanie wskaźników w mediach społecznościowych.

Jednym z głównych sposobów weryfikacji osiągniętych efektów jest regularne monitorowanie wskaźników w mediach społecznościowych. Pracodawcy mogą korzystać z narzędzi analitycznych, takich jak Facebook Insights, Instagram Analytics, Twitter Analytics czy LinkedIn Analytics, aby śledzić zmiany w liczbie obserwujących, polubień, komentarzy i udostępnień. Analiza tych danych pozwoli na ocenę, czy treści tworzone przez uczestników szkolenia są bardziej angażujące i skutecznie przyciągają uwagę odbiorców.

7. Analiza jakości treści.

Kolejną metodą jest analiza jakości treści tworzonych przez uczestników szkolenia. Pracodawcy mogą przeprowadzać regularne przeglądy i oceny przygotowanych materiałów, takich jak posty, grafiki, wideo i teksty reklamowe. Wykorzystanie narzędzi AI do generowania treści powinno skutkować bardziej profesjonalnymi i atrakcyjnymi wizualnie materiałami. Ocena jakości treści może obejmować aspekty takie jak estetyka, spójność z marką, kreatywność i poprawność językowa. Wysoka jakość treści, zgodna z ustalonymi standardami, będzie potwierdzeniem, że uczestnicy szkolenia nabyli niezbędne umiejętności.

8. Skuteczność kampanii reklamowych.

Aby ocenić skuteczność kampanii reklamowych prowadzonych przez przeszkolonych pracowników, pracodawcy mogą analizować wskaźniki takie jak CTR (Click-Through Rate), liczba wyświetleń, konwersji oraz ROI (Return on Investment). Kampanie reklamowe o wysokim CTR i liczbie konwersji będą świadczyć o tym, że pracownicy skutecznie wykorzystują narzędzia AI i strategie marketingowe, których nauczyli się podczas szkolenia. Regularne raporty z wynikami kampanii pozwolą na bieżąco oceniać ich efektywność i wprowadzać ewentualne korekty.

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 uzyskanie kompetencji oraz 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, dokument potwierdza, że walidacja jest przeprowadzona w oparciu o kryteria weryfikacji dokładnie zdefiniowane w efektach uczenia się.

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

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie walidacji od procesów kształcenia i szkolenia. Oceny dokonuje Egzaminator, który nie jest trenerem (nie bierze udziału w procesie kształcenia) na podstawie testów, prezentacji, wywiadów i debaty z każdym z Uczestników.

Program

Dzień 1: 5 godz.

2 godz. **Wprowadzenie do sprzedaży i narzędzi cyfrowych:** Poznaj podstawy cyfrowej sprzedaży i narzędzia, które Ci w tym pomogą. Omówienie potrzeb i oczekiwań uczestników szkolenia.

2 godz. **Szybkie rolki z telefonu:** Naucz się tworzyć atrakcyjne i angażujące filmy krótkie na swoje kanały social media.

1 godz. **Hasła i teksty z pomocą AI:** Wykorzystaj sztuczną inteligencję do tworzenia chwytliwych haseł i tekstów reklamowych, które przyciągną uwagę klientów.

Dzień 2: 5 godz.

1 godz. **Budowanie relacji z klientem:** Poznaj strategie budowania silnych i trwałych relacji z klientami, które przełożą się na lepszą sprzedaż.

2 godz. **Grafika AI (część I i II):** Generuj zachwycające posty na social media z pomocą narzędzi AI, oszczędzając czas i wysiłek.

2 godz. **Podstawy fotografii smartfonem:** Zrób krok w stronę profesjonalnej fotografii mobilnej i stwórz angażujące zdjęcia do swoich kanałów social media.

Dzień 3: 5 godz.

1 godz. **Cechy produktu, które sprzedają:** Naucz się identyfikować i wykorzystywać najmocniejsze strony swoich produktów, aby skutecznie je promować i zwiększać sprzedaż.

1 godz. **Psychologia procesu zakupu:** Odkryj psychologiczne mechanizmy wpływające na decyzje zakupowe klientów. Wykorzystaj tę wiedzę do zwiększenia sprzedaży.

3 godz. **Wideo i grafika - pokaż atuty swojej firmy (część I i II):** Stwórz angażujące materiały wideo i graficzne, które zaprezentują Twoją firmę z najlepszej strony i przyciągną nowych klientów.

Dzień 4: 5 godz.

1 godz. **Ta sama treść - wiele kanałów sprzedaży:** Publikuj treści na wielu różnych kanałach social media regularnie i bez wysiłku, aby utrzymać zaangażowanie odbiorców.

1 godz. **Generator pomysłów:** Odkryj narzędzia, które pomoże Ci w generowaniu kreatywnych pomysłów na posty i kampanie w mediach społecznościowych, aby wyróżnić się na tle konkurencji.

2 godz. **Szablony AI - spójny styl Twojej marki:** Wykorzystaj szablony AI do tworzenia spójnych i profesjonalnych materiałów graficznych dla swojej marki, oszczędzając czas i zapewniając estetyczny wygląd.

1 godz. **Egzamin wewnętrzny:** Sprawdzenie nabytej wiedzy i opanowanych umiejętności praktycznych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 24

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Wprowadzenie do sprzedaży i narzędzi cyfrowych	ZBIGNIEW CYBULSKI	23-10-2024	09:00	10:30	01:30
2 z 24 Przerwa	ZBIGNIEW CYBULSKI	23-10-2024	10:30	10:45	00:15
3 z 24 Szybkie rolki z telefonu	LESZEK WEJCMAN	23-10-2024	10:45	12:15	01:30
4 z 24 Przerwa	LESZEK WEJCMAN	23-10-2024	12:15	12:30	00:15
5 z 24 Hasła i teksty z pomocą AI	ZBIGNIEW CYBULSKI	24-10-2024	09:00	10:30	01:30
6 z 24 Przerwa	-	24-10-2024	10:30	10:45	00:15
7 z 24 Budowanie relacji z klientem	-	24-10-2024	10:45	12:15	01:30
8 z 24 Przerwa	-	24-10-2024	12:15	12:30	00:15
9 z 24 Grafika AI - cz. I	LESZEK WEJCMAN	25-10-2024	09:00	10:30	01:30
10 z 24 Przerwa	LESZEK WEJCMAN	25-10-2024	10:30	10:45	00:15
11 z 24 Grafika AI - cz. II	LESZEK WEJCMAN	25-10-2024	10:45	12:15	01:30
12 z 24 Przerwa	LESZEK WEJCMAN	25-10-2024	12:15	12:30	00:15
13 z 24 Podstawy fotografii smartfonem - cz. I	Wiktoria Gwarda	26-10-2024	09:00	10:30	01:30
14 z 24 Przerwa	Wiktoria Gwarda	26-10-2024	10:30	10:45	00:15
15 z 24 Podstawy fotografii smartfonem - cz. II	Wiktoria Gwarda	26-10-2024	10:45	12:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 24 Przerwa	Wiktoria Gwarda	26-10-2024	12:15	12:30	00:15
17 z 24 Cechy produktu, które sprzedają	ZBIGNIEW CYBULSKI	28-10-2024	09:00	10:30	01:30
18 z 24 Przerwa	ZBIGNIEW CYBULSKI	28-10-2024	10:30	10:45	00:15
19 z 24 Psychologia procesu zakupu	ZBIGNIEW CYBULSKI	28-10-2024	10:45	12:15	01:30
20 z 24 Przerwa	ZBIGNIEW CYBULSKI	28-10-2024	12:15	12:30	00:15
21 z 24 Wideo i grafika - pokaż atuty swojej firmy - cz. I	LESZEK WEJCMAN	29-10-2024	09:00	10:30	01:30
22 z 24 Przerwa	LESZEK WEJCMAN	29-10-2024	10:30	10:45	00:15
23 z 24 Wideo i grafika - pokaż atuty swojej firmy - cz. II	LESZEK WEJCMAN	29-10-2024	10:45	12:15	01:30
24 z 24 Przerwa	LESZEK WEJCMAN	29-10-2024	12:15	12:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 567,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	178,35 PLN
Koszt osobogodziny netto	145,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 4



1 z 4

ZBIGNIEW CYBULSKI

Wykształcenie:

Uniwersytet im. Adama Mickiewicza w Poznaniu, stopień: magister, kierunek: Information Technology (IT). Akademia Leona Koźmińskiego, stopień: PhD (w trakcie), kierunek: Zarządzanie.

Kwalifikacje zawodowe:

Główny Specjalista ds. szkoleń cyfrowych i medialnych. Obszar specjalizacji: Edukacja cyfrowa, hybrydowa z wykorzystaniem najnowszych rozwiązań komunikacji w edukacji publicznej - wydział pod biura edukacji ms. Warszawy; Dodatkowe obszary: - obsługa klienta, sprzedaż bezpośrednia, negocjacje. Dyrektor ds. strategii i rozwoju biznesu. 6 doświadczenia w sprzedaży bezpośredniej na stanowisku Key Account Manager w DATEV AG. PRA Group 6 lat doświadczenia na stanowisku Managerskim, dyrektor ds. strategii i rozwoju biznesu w międzynarodowej grupie kapitałowej zajmującej się finansami i windykacją.



2 z 4

LESZEK WEJCMAN

Wykształcenie: Uniwersytet SWPS, stopień: studia podyplomowe, kierunek: Filmoznawstwo.

Uniwersytet Kardynała Stefana Wyszyńskiego, stopień: magister, kierunek: Teologia ogólna.

Kwalifikacje zawodowe:

Właściciel platformy edukacyjnej cyfrowomocni.pl. Trener i twórca programów szkoleniowych od ponad 15 lat. Specjalizacja - kompetencje cyfrowe, AI, multimedia, kreacja reklamowa, tworzenie tekstów promocyjnych. Przeszkoliłem około tysiąca osób z przedsiębiorstw takich jak: Warta, Orlen, Grupa BNP Paribas, PKO Bank Polski, Grupa TVN, a także szkół i urzędów w całej Polsce.

Zawodowo jestem filmowcem, scenarzystą i reżyserem filmów fabularnych i dokumentalnych.

Pracowałem w TVP, Grupie TVN (Szef Zespołu Autopromocji), współpracuję z polskimi i międzynarodowymi stacjami telewizyjnymi. Przez ponad 4 lata byłem także copywriterem w agencji Havas, pracując dla klientów takich jak: Citroen, Peugeot, Canal+, Plus i innych. W ostatnich kilku latach moja kariera zawodowa skupia się na szkoleniach i rozwoju marki CyfrowoMocni.pl



3 z 4

Wiktoria Gwarda

Pasjonuję się grafiką komputerową, co pozwala mi wyrażać swoją kreatywność w różnych formach – od retuszu zdjęć, przez projektowanie wizytówek i ulotek, po tworzenie prezentacji multimedialnych.

Specjalizuję się w programach Adobe, takich jak Photoshop, Illustrator i Lightroom, które pozwalają mi na realizację profesjonalnych i estetycznych projektów.

Posiada duże doświadczenie w tworzeniu stron internetowych na platformach: WordPress i Canva.

Wykształcenie:

Absolwentka technikum o profilu informatycznym w Zespole Szkół Elektronicznych i Informatycznych w Giżycku.



4 z 4

Robert Klimek

Sprzedaż bezpośrednia, Analiza biznesowa, Procesy sprzedaży

Kompetencje społeczne:

- Umiejętność rozwiązywania konfliktów
- Umiejętności komunikacyjne
- Umiejętność motywowania
- Umiejętność prowadzenia rozmów (słuchanie, przetwarzanie informacji, przekonywanie, negocjowanie)
- Umiejętność negocjacji
- Kreatywność

Edukacja cyfrowa, hybrydowa z wykorzystaniem najnowszych rozwiązań komunikacji (Teams, zoom, V mix, streaming) w edukacji publicznej.

Doświadczenie: 8 lat pracy i doświadczenia na stanowisku naczelnika Wydziału Nowych Mediów w Urzędzie m.st. Warszawy – wdrożenie zarządzania projektami w metodyce Agille

Kolejne 4 lata to doświadczenie na stanowisku managerskim, Menadżer Sprzedaży B2C w Passanger Rights – analiza procesów sprzedaży bezpośredniej i budowa od podstaw zespołów sprzedażowych, a następnie zarządzanie działem sprzedaży w Polsce i Czechach.

Obecnie od 2 lat Menadżer Sprzedaży w Wydawnictwie Gospodarczym Ponadto od 4 lat zarządzam zespołem ds. sprzedaży bezpośredniej i e-commerce w międzynarodowej firmie, która jest liderem w branży MLM (Network Marketing) NSA Group.

W okresie pandemicznym zostałem członkiem zespołu pod Biurem Edukacji do spraw edukacji cyfrowej. Uczestniczę w projekcie podnoszenia kompetencji cyfrowych ponad 30 tys warszawskich nauczycieli w projekcie eduwarszawa.pl

Wykształcenie:

Wyższa Szkoła Zarządzania i Ekologii w Warszawie

Stopień wykształcenia: inżynier

Kierunek: Ekologia

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacje trenerów i instytucji szkoleniowej - w wersji elektronicznej. Zaświadczenie / certyfikat o ukończeniu kursu - w wersji papierowej, dostany pocztą.

Informacje dodatkowe

Program liczony wg godzin dydaktycznych, po 45 min. Przerwy 15-minutowe nie są wliczone w czas usługi rozwojowej, tzn. 20 godz. dydaktycznych zajęć właściwych, plus przerwy pomiędzy modułami.

Warunki techniczne

Platforma Szkoleniowa: Microsoft Teams

Link: <https://www.microsoft.com/pl-pl/microsoft-teams/groupchat-software/>

Aby uczestniczyć w szkoleniu online, potrzebujesz:

- Urządzenia: Komputer, laptop, tablet lub telefon - bez blokad firmowych.
- Stabilne połączenie internetowe

Zalecana prędkość internetu:

- Pobieranie: Minimum 10 Mb/s
- Wysyłanie: Minimum 5 Mb/s

Specyfikacja komputera:

- Najnowsza wersja przeglądarki internetowej (preferowany Google Chrome)
- Procesor: Minimum 2-rdzeniowy 1,6 GHz lub szybszy
- Pamięć RAM: Minimum 4 GB (dla wersji 32-bitowej – 2 GB)
- Mikrofon, jeśli chcesz zadawać pytania głosowo

Komunikacja:

- Pytania można zadawać za pomocą mikrofonu lub chatu online.

Urządzenia mobilne:

- **Należy zainstalować aplikację Teams na iOS lub Android:**
 - **Android:** Współpracuje z czterema ostatnimi głównymi wersjami systemu operacyjnego. Starsze wersje przestają być wspierane, gdy publikowane są nowe.
 - **iOS:** Najlepsze działanie osiągniesz korzystając z najnowszej wersji systemu iOS.

Kontakt



ZBIGNIEW CYBULSKI

E-mail cesarargo@icloud.com

Telefon (+48) 505 060 612