



Karolina Kolańska
Twoje Gastro



Szkolenie Marketing w Gastronomii

Numer usługi 2024/10/22/148235/2373672

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 07.04.2025 do 08.04.2025

1 587,00 PLN brutto

1 587,00 PLN netto

99,19 PLN brutto/h

99,19 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Gastronomia
Identyfikator projektu	Kierunek - Rozwój
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie Marketing w Gastronomii dedykowane jest zarówno managerom, właścicielom restauracji, jak i osobom, które pragną poszerzyć swoją wiedzę z zakresu promocji lokalu gastronomicznego. To idealne rozwiązanie dla tych, którzy chcą skutecznie budować markę, przyciągać gości i zwiększać zyski. Szkolenie skierowane jest również do osób aspirujących do objęcia stanowisk związanych z marketingiem w gastronomii. Nie jest wymagane wcześniejsze doświadczenie w marketingu.</p> <p>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".</p>
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	03-04-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego tworzenia i wdrażania skutecznych strategii marketingowych w lokalach gastronomicznych. Uczestnicy nauczą się budować rozpoznawalną markę, skutecznie promować ofertę i przyciągać nowych gości poprzez różnorodne kanały komunikacyjne. Ponadto, szkolenie przygotuje uczestników do analizy rynku, segmentacji gości oraz planowania kampanii marketingowych, które zwiększą zyski i podniosą atrakcyjność lokalu

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje strategię marketingową restauracji	Analizuje rynek i konkurencję Dobiera odpowiednie narzędzia marketingowe do celów lokalu Tworzy kampanie marketingowe skierowane do różnych grup docelowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Zarządza komunikacją marketingową	Kreuje wizerunek restauracji w social mediach Dba o spójność komunikacji w różnych kanałach promocji Angażuje gości poprzez kampanie interaktywne i programy lojalnościowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Tworzy skuteczne oferty i promocje	Planuje i wdraża promocje sezonowe oraz okazjonalne Monitoruje skuteczność działań promocyjnych i dostosowuje je do potrzeb rynku Przygotowuje materiały reklamowe we współpracy z grafikami i agencjami reklamowymi	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje nowoczesne narzędzia marketingowe	Wykorzystuje narzędzia takie jak Google Ads, Facebook Ads, e-mail marketing oraz influencer marketing, aby zwiększać zasięg i efektywność kampanii promocyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak. Zaświadczenia wydawane uczestnikom po odbytych szkoleniach zawierają 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 o ukończeniu szkolenia potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane kryteria weryfikacji.

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

Tak. Zaświadczeniu o ukończeniu szkolenia potwierdza, że zarówno proces szkolenia, jak i jego weryfikacja zostały przeprowadzone z uwzględnieniem środków zapewniających niezależność tych etapów.

Program

I Dzień

Podstawy marketingu w gastronomii

- Czym jest marketing w gastronomii
- Marketing tradycyjny – rozumienie fundamentów marketingu niezbędnych w branży gastronomicznej
- Brand Communication – jak skutecznie budować świadomość marki i wyróżniać się na tle konkurencji
- Public Relations – techniki kształtowania pozytywnych relacji z gośćmi i opinia publiczną
- Rodzaje social mediów i ich specyfikacja – wykorzystanie różnorodności platform do maksymalizacji zasięgu

Strategie marketingowe dostosowane do lokali gastronomicznych

- Promocja dla różnego typu lokali gastronomicznych – dostosowanie strategii marketingowych do specyfiki restauracji, bistra, pizzerii, klubu czy domu weselnego
- Darmowe narzędzia do projektowania komunikatów wizualnych – praktyczne warsztaty z wykorzystaniem narzędzi typu Canva
- Content Marketing – jak tworzyć angażujące treści, które przyciągną uwagę i zbudują relacje z gośćmi
- Prowadzenie własnych kanałów social media – efektywne strategie i planowanie postów
- Menedżer reklam Facebooka – projektowanie różnorodnych kampanii reklamowych od podstaw
- Tworzenie konkursów i wydarzeń - jak angażować społeczność i zwiększać zasięgi

Narzędzia marketingowe i wizualne

- Influencer Marketing – współpraca z influencerami jako sposób na dotarcie do nowych grup gości
- Employer Branding – budowanie marki pracodawcy w branży gastronomicznej

Tworzenie treści wizualnych

- Projektowanie postów, rolek i relacji -tworzenie atrakcyjnych wizualnie treści
- Obróbka zdjęć i montaż video, montaż rolek – warsztaty praktyczne z wykorzystaniem prostych narzędzi
- Oświetlenie i kadrowanie – podstawy techniczne dla lepszej jakości zdjęć i video
- Planowanie treści – jak organizować i planować publikacje, aby osiągnąć najlepsze wyniki
- Jak znaleźć pomysł na content – warsztaty kreatywne skupiające się na generowaniu innowacyjnych pomysłów i inspiracji do tworzenia unikalnych treści. Uczestnicy nauczą się, jak wykorzystać trendsetting, storytelling oraz jak analizować potrzeby swojej grupy docelowej, aby tworzyć treści, które trafiają w gust i zainteresowania odbiorców.

II Dzień

Strony internetowe w gastronomii

- Przegląd komponentów skutecznej strony internetowej

- CMS WordPress dla gastronomii – praktyczne wprowadzenie do WordPressa, samodzielna edycja stron, zmiana menu, dodawanie promocji
- UX Design – zasady projektowania user-friendly stron internetowych dla restauracji, analiza i projektowanie layoutów stron

Pozycjonowanie i kampanie reklamowe

- SEO i pozycjonowanie strony – kluczowe elementy SEO dla stron gastronomicznych
- SEM i Google Ads dla gastronomii – praktyczne warsztaty z tworzenia kampanii Google Ads
- Narzędzia do obsługi SEM – przegląd narzędzi i ich wykorzystanie w praktyce

Zarządzanie wizytówką i marketing tematyczny

- Wizytówka w Google – jak założyć i optymalizować wizytówkę Twojej restauracji w Google
- Real-time marketing i marketing tematyczny – wykorzystanie aktualnych wydarzeń i trendów w marketingu, przykłady skutecznych kampanii real-time marketingu

Analiza rynku i prawne aspekty marketingu

- Kontrola rynku i analiza konkurencji – narzędzia do monitorowania rynku i działań konkurencji, praktyczne ćwiczenia z analizy i wyciągania wniosków
- RODO i Kwestie Prawne – podstawy prawne prowadzenia działań marketingowych w Internecie

Reklamy i wykorzystanie AI

- Słowa kluczowe i targetowanie w PPC – wybór słów kluczowych i targetowanie reklam, tworzenie efektywnych kampanii PPC
- Tworzenie treści reklamowych – zasady skutecznych treści reklamowych, warsztaty z pisania i projektowania reklam
- Wykorzystanie AI – generowanie treści reklamowych z wykorzystaniem narzędzi opartych na sztucznej inteligencji do automatycznego tworzenia treści reklamowych, takich jak teksty, hasła czy opisy dań, co pozwoli zaoszczędzić czas i zasoby

Walidacja

Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

Podział na grupy 2 osobowe

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Podstawy marketingu w gastronomii	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 17 Strategie marketingowe dostosowane do lokali gastronomicznych	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	11:15	13:00	01:45
4 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	13:00	13:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 17 Narzędzia marketingowe i wizualne	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	13:30	15:10	01:40
6 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	15:10	15:20	00:10
7 z 17 Tworzenie treści wizualnych	Weronika Wyczachowska	07-04-2025	15:20	17:00	01:40
8 z 17 Strony internetowe w gastronomii	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	09:00	10:00	01:00
9 z 17 Pozycjonowanie i kampanie reklamowe	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	10:00	11:00	01:00
10 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	11:00	11:15	00:15
11 z 17 Pozycjonowanie i kampanie reklamowe	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	11:15	13:00	01:45
12 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	13:00	13:30	00:30
13 z 17 Zarządzanie wizytówką i marketing tematyczny	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	13:30	14:30	01:00
14 z 17 Analiza rynku i prawne aspekty marketingu	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	14:30	15:15	00:45
15 z 17 Przerwa	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	15:15	15:30	00:15
16 z 17 Reklamy i wykorzystanie AI	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	15:30	16:50	01:20
17 z 17 Walidacja	Weronika Wyczachowska	08-04-2025	16:50	17:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 587,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 587,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	99,19 PLN
Koszt osobogodziny netto	99,19 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Weronika Wyczachowska

Od ponad sześciu lat zajmuje się designem i analizą kolorystyczną. Swoją karierę rozpoczęłam jeszcze podczas studiów na kierunku Media Relations od pracy przy pokazach mody i prowadzeniu eventów. Z biegiem czasu pasja do koloru i designu przekształciła się w pasję do social mediów i public relations.

Ze światem marketingu związałam się w 2016 roku, wtedy też zaczęłam przygodę ze szkoleniami. Od tego czasu tworzę i dostarczam rozwiązania marketingowe, dbam o strategię i wizerunek marek w sieci. Prowadziłam medialnie firmy, również te z branży gastronomicznej, projektowałam opakowania i zajmowałam się brandingiem dla produktów detalicznych wprowadzanych na europejski rynek. Naukowo pracowałam przy projektach eye-trackingowych i tych związanych z merchandisingiem.

Czas na Twoją gastronomię, chętnie porozmawiam z Tobą o narzędziach, które mają szansę sprawdzić się w Twoim lokalu. Pamiętaj, marketing nie jest już o tym co można zrobić, ale o historiach które opowiada. Pokażę Ci jak utrwalić w umysłach konsumentów świadomość istnienia marki oraz budować świat emocji z nią związany.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Autorskie materiały w wersji papierowej i elektronicznej
- Certyfikat ukończenia szkolenia
- Narzędzia do sporządzania notatek: notes i długopis

Informacje dodatkowe

Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".

Adres

ul. Wspólna 56
00-686 Warszawa
woj. mazowieckie

Centrum Szkoleniowe Wspólna

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Numer sali oznaczony będzie przy recepcji

Kontakt



Karolina Kolańska

E-mail kontakt@twojegastro.com

Telefon (+48) 690 632 853