



Logo Fundacja
Rozwoju
Inteligentnych
Specjalizacji

Fundacja Rozwoju
Inteligentnych
Specjalizacji



Szkolenie z zakresu nowoczesnych narzędzi marketingowych

Numer usługi 2024/11/04/50129/2394781

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 29.11.2024 do 09.12.2024

3 294,00 PLN brutto

3 294,00 PLN netto

183,00 PLN brutto/h

183,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Grupa docelowa szkolenia to pracownicy branży doradczej odpowiedzialni za marketing, sprzedaż i komunikację. Skierowane jest do konsultantów, menedżerów oraz osób zajmujących się promocją usług doradczych, którzy chcą skuteczniej docierać do klientów i wdrażać nowoczesne narzędzia, takie jak automatyzacja, analityka danych, SEO/SEM, social media czy content marketing. Szkolenie ma na celu zwiększenie efektywności działań marketingowych oraz budowanie przewagi konkurencyjnej w branży doradczej.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	28-11-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	18
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem edukacyjnym szkolenia jest wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności stosowania nowoczesnych narzędzi marketingowych, takich jak automatyzacja marketingu, analityka danych, SEO/SEM, media społecznościowe oraz content marketing. Uczestnicy zdobędą wiedzę, która pozwoli im skuteczniej planować, realizować i optymalizować kampanie marketingowe w kontekście specyficznych potrzeb branży doradczej, co w efekcie przełoży się na lepsze dotarcie do klientów, zwiększenie efektywności działań

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik charakteryzuje i rozróżnia podstawowe narzędzia marketingowe wykorzystywane w branży doradczej</p> <p>Uczestnik ocenia specyfikę marketingu cyfrowego w branży doradczej oraz tworzy strategie marketingowe dostosowane do firm doradczych w sektorze B2B</p>	Uczestnik definiuje i omawia zastosowanie kluczowych narzędzi marketingowych	Test teoretyczny
	Uczestnik wskazuje różnice pomiędzy narzędziami analitycznymi, automatyzacyjnymi i contentowymi oraz ich zastosowanie w strategii marketingowej.	Test teoretyczny
	Uczestnik identyfikuje kluczowe cechy marketingu cyfrowego specyficznego dla firm doradczych.	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy plan marketingowy dla firmy doradczej, uwzględniając specyfikę sektora B2B.	Test teoretyczny
<p>Uczestnik projektuje i implementuje automatyczne kampanie marketingowe oraz personalizuje komunikację z klientami w oparciu o narzędzia automatyzacji.</p>	Uczestnik opracowuje scenariusz kampanii e-mailowej w narzędziu automatyzacyjnym i przedstawia plan automatyzacji.	Test teoretyczny
	Uczestnik dostosowuje komunikaty marketingowe na podstawie segmentacji klientów, wprowadzając elementy personalizacji.	Test teoretyczny
<p>Uczestnik interpretuje dane marketingowe i monitoruje efektywność kampanii za pomocą wybranych narzędzi analitycznych.</p>	Uczestnik analizuje dane z Google Analytics lub SEMrush, identyfikując kluczowe wskaźniki (KPI) dla oceny efektywności kampanii.	Test teoretyczny
	Uczestnik generuje raport z narzędzia analitycznego, wskazując mocne i słabe strony kampanii oraz rekomendacje optymalizacyjne.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik optymalizuje treści na stronach internetowych oraz planuje kampanie SEM w celu poprawy widoczności firmy doradczej w wyszukiwarkach.	Uczestnik przeprowadza audyt SEO strony internetowej i identyfikuje elementy do optymalizacji	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy plan kampanii SEM (Google Ads) z uwzględnieniem budżetu, grupy docelowej oraz celów kampanii.	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje strategię marketingową dla mediów społecznościowych, wybierając odpowiednie platformy i tworząc angażujące treści.	Uczestnik dobiera odpowiednie platformy społecznościowe dla firmy doradczej, uzasadniając wybór	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy przykładowe posty i planuje kampanię w mediach społecznościowych, uwzględniając budowanie wizerunku eksperta.	Test teoretyczny
Uczestnik opracowuje strategię content marketingową, tworząc wartościowe treści dostosowane do potrzeb branży doradczej.	Uczestnik tworzy plan treści marketingowych (np. blogi, e-booki, case studies) na podstawie analizy potrzeb klientów.	Test teoretyczny
	Uczestnik projektuje przykładowe treści contentowe, które angażują odbiorców i budują wizerunek firmy doradczej jako eksperta.	Test teoretyczny
Uczestnik segmentuje klientów oraz personalizuje komunikację marketingową w oparciu o potrzeby poszczególnych grup docelowych. Uczestnik projektuje spójną, długofalową strategię marketingową, która odpowiada na potrzeby firmy doradczej i jej klientów.	Uczestnik tworzy profile klientów i segmentuje ich na podstawie danych demograficznych i behawioralnych.	Test teoretyczny
	Uczestnik opracowuje spersonalizowane komunikaty marketingowe dla każdej z wyodrębnionych grup klientów.	Test teoretyczny
	Uczestnik tworzy długoterminowy plan działań marketingowych, uwzględniając cele biznesowe i zasoby firmy.	Test teoretyczny
	Uczestnik definiuje metody monitorowania i optymalizacji długofalowej strategii marketingowej na podstawie wyników kampanii.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Wszystkie efekty uczenia się będą wpisane do certyfikatu potwierdzającego uzyskanie kompetencji.

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

W certyfikacie będzie wpisane, 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?

Szkolenie prowadzi jedna osoba, a walidację przeprowadza inna osoba, co zapewnia rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji. Te informacje również zostaną dodane do certyfikatu.

Program

1. Wprowadzenie do narzędzi marketingowych

2. Marketing cyfrowy w branży doradczej

- Specyfika marketingu dla firm doradczych
- Strategie marketingu cyfrowego w sektorze B2B
- Analiza case studies i najlepszych praktyk z branży doradczej

3. Automatyzacja marketingu

- Wprowadzenie do narzędzi automatyzacji marketingu
- Tworzenie automatycznych kampanii e-mailowych
- Personalizacja komunikacji z klientami

4. Analityka marketingowa i narzędzia do monitorowania efektywności

- Wprowadzenie do analityki danych i kluczowych wskaźników marketingowych (KPI)
- Narzędzia analityczne: Google Analytics, Hotjar, SEMrush
- Jak monitorować efektywność kampanii marketingowych

5. SEO i SEM dla firm doradczych

- Podstawy optymalizacji treści i stron internetowych pod SEO
- Planowanie i realizacja kampanii SEM (Google Ads)
- Jak pozycjonować firmę doradczą w wyszukiwarkach

6. Marketing w mediach społecznościowych

- Rola mediów społecznościowych w promocji usług doradczych
- Wybór odpowiednich platform: LinkedIn, Twitter, Facebook
- Tworzenie angażujących treści i budowanie wizerunku eksperta

7. Content marketing w firmach doradczych

- Znaczenie wartościowych treści w marketingu doradczym
- Tworzenie strategii content marketingowej
- Rodzaje treści: blogi, e-booki, webinary, case studies

8. Personalizacja i segmentacja w marketingu

- Jak segmentować klientów w branży doradczej

- Personalizacja komunikacji marketingowej
- Narzędzia do segmentacji i personalizacji

9. Budowanie długofalowej strategii marketingowej

- Jak budować spójne strategie marketingowe w firmach doradczych
- Zarządzanie długoterminowymi kampaniami marketingowymi

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 294,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 294,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	183,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	183,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Gryzik

Artur Gryzik to doświadczony trener biznesu oraz praktyk zarządzania w obszarze sprzedaży i kierowania zespołami sprzedażowymi. Zrealizował ponad 7000 godzin szkoleń, zdobywając szerokie doświadczenie w pracy z różnorodnymi organizacjami.

Swoje kompetencje budował m.in. jako Manager Zespołu Trenerów w LUKAS Banku SA, gdzie pełnił także rolę trenera wewnętrznego i dyrektora oddziału. Ponadto, pracował jako przedstawiciel handlowy w LUKAS Banku SA oraz Centralnym Towarzystwie Leasingowym SA. Jest absolwentem Uniwersytetu Łódzkiego na Wydziale Ekonomii, gdzie uzyskał tytuł magistra, oraz Wyższej Szkoły Języków Obcych i Ekonomii w Częstochowie. Ukończył liczne kursy i szkolenia, m.in. Certyfikat

Extended DISC, Profesjonalny Menedżer Szkoleń, Szkoła Trenerów, Train the Trainee oraz Projektowanie i prowadzenie szkoleń. Jego specjalizacje obejmują doskonalenie umiejętności menedżerskich, rozwój kompetencji sprzedażowych, komunikację wewnętrzną, negocjacje, coaching menedżerów i sprzedawców, zarządzanie strukturą sprzedaży, a także obsługę klienta i współpracę w trudnych sytuacjach. Dodatkowo, prowadzi ocenę umiejętności kadry menedżerskiej i handlowców metodą Assessment Center.

Artur Gryzik przeprowadził szkolenia dla wielu znanych firm, w tym Tarczyński SA, KGHM Metraco, Sokołów SA, MEDIA MARKT, Agata Meble SA i inne. Jego podejście opiera się na praktycznych rozwiązaniach, które wspierają rozwój kompetencji menedżerskich i sprzedażowych, zwiększając efektywność organizacji.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończonym szkoleniu otrzyma Certyfikat ukończenia szkolenia oraz materiały w formie prezentacji przygotowanej na potrzeby szkolenia.

Informacje dodatkowe

Przerwy sygnalizowane są przez osobę prowadzącą i zapisywane na czacie w platformie szkoleniowej.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z urządzenia mobilnego z dostępem do Internetu z prędkością przesyłu co najmniej 5MB/s oraz wyposażonego w mikrofon, kamerę i głośnik.

Urządzenie powinno posiadać:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy;
- 2 GB pamięci RAM lub więcej;
- System operacyjny Windows, Mac OS, Linux, ChromeOS, Android, IOS - zalecane najnowsze wersje;

Szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce internetowej. Wymagane jest posiadanie jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera, Safari.

Kody dostępowe do usługi:

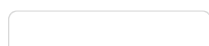
Szkolenie będzie się odbywać za pomocą platformy LiveWebinar – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link. Program umożliwia prezentację ekranu.

<https://livewebinar.com/135-788-738>

Link wygaśnie po zakończeniu szkolenia.

Uczestnicy, trener oraz Operator Regionalny drogą mailową otrzymają dostęp tj. link i hasło przed rozpoczęciem szkolenia

Kontakt



Natallia Paulenka



E-mail paulenka@bosfundacja.pl

Telefon (+48) 536 210 297