



SZKOLENIE INDYWIDUALNE DLA BRANŻY ODZIEŻOWEJ. Rozwój sklepu Internetowego. Jak zwiększyć sprzedaż poziom zaawansowany.

Numer usługi 2024/12/03/123645/2445813

10 700,00 PLN brutto

10 700,00 PLN netto

121,59 PLN brutto/h

121,59 PLN netto/h

DARTRADE Daria
Wrukowska

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 88 h

📅 04.01.2025 do 17.01.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Dla kogo dedykowane jest szkolenie? Dla właścicieli przedsiębiorstw odzieżowych oraz ich pracowników, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności z zakresu kompetencji cyfrowych oraz marketingu oraz którzy pragną zdobyć nowe umiejętności, planują się przebranżowić lub chcą doskonalić swoje umiejętności. Szkolenie dedykujemy osobom chcących podwyższyć swoje kwalifikacje i kompetencje zawodowe z własnej inicjatywy.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	03-01-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	88
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Po ukończeniu szkolenia uczestnik będzie potrafił:

- Rozpoznać, jak działa nowoczesny marketing i sprzedaż w branży odzieżowej
- Stworzyć skuteczny plan działań marketingowych i sprzedażowych – od ustalenia celów, przez wybór narzędzi, aż po wdrożenie i mierzenie efektów.
- Wykorzystać narzędzia takie jak Facebook, Instagram, Canva, CapCut
- Przyciągać klientów i budować relacje, zwiększać ich lojalność
- Stosować techniki sprzedażowe
- Wyróżnić się na tle konkurencji

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>EFEKTY UCZENIA SIĘ: Definiuje podstawowe pojęcia dotyczące Meta Business Suite na platformach Meta takich jak: Facebook, Instagram i Messenger oraz monitoruje i analizuje ich zasięgi i skuteczność.</p>	<p>KRYTERIA WERYFIKACJI: Nadzoruje: powiadomienia, menedżera reklam, skrzynkę odbiorczą, centrum kontaktów, terminarz, reklamy i statystyki, czyli:</p> <ul style="list-style-type: none">☑Obsługuje skrzynkę odbiorczą – przegląda i odpowiada na wiadomości i komentarze z Facebooka, Instagrama i Messengera – jednocześnie kontroluje i zarządza interakcjami w jednym miejscu,☑planuje i tworzy kampanie reklamowe na platformach Meta tworzy i kontroluje harmonogram publikacji - z wyprzedzeniem ustala daty i godziny publikacji,☑efektywnie zarządza obecnością online☑rozróżnia i potrafi precyzyjnie targetować odbiorców pod/do konkretnych reklam☑obsługuje rozliczenia i płatności na kontach☑monitoruje wyniki kampanii☑analizuje raporty dotyczące reklam/postów/relacji i na ich podstawie dokonuje zmian w kampaniach reklamowych na kontach,☑ocenia skuteczność swoich działań marketingowych,☑dostosowuje i projektuje strategie reklamowe w czasie rzeczywistym,	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
EFEKTY UCZENIA SIĘ: Przygotowuje projekt graficzny (postów, reklam, relacji).	<ul style="list-style-type: none"> ☑ tworzy layout projektu, w szczególności ustala format, wymiar, orientację, marginesy, przestrzeń kolorystyczną i obszar roboczy, ☑ tworzy elementy graficzne wektorowe, w tym winiety lub topy strony, menu, stopki, ikony lub piktogramy i elementy ozdobne; transformuje i edytuje, w tym stosując filtry i przekształcenia, elementy graficzne wektorowe i rastrowe, ☑ umieszcza elementy graficzne i tekstowe w projekcie, ☑ kadruje, poprawia jakość oraz retuszuje elementy graficzne, ☑ formatuje tekst, w tym tekst ozdobny i akapitowy, 	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
EFEKTY UCZENIA SIĘ: Przygotowuje projekt graficzny do publikacji.	<ul style="list-style-type: none"> • sprawdza projekt i koryguje możliwe błędy, • weryfikuje zgodność zawartości projektu z materiałami pozyskanymi od zlecającego, • przygotowuje pliki zgodnie z wymaganiami publikacji. 	Prezentacja

Cel biznesowy

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego prowadzenia działań z zakresu sprzedaży z wykorzystaniem narzędzi i rozwiązań cyfrowych. Usługa przygotowuje do koordynacji i wyznaczania celów do realizacji działań sprzedażowych wykorzystujących cyfrowe narzędzia.

Zmniejszenie kosztów reklamy przedsiębiorstwa o min. 5% w miesiąc po zakończeniu szkolenia.

Zwiększenie sprzedaży o min. 1 dodatkową transakcję przeprowadzoną z kluczowym klientem firmy w miesiąc po zakończeniu szkolenia.

Zwiększenie liczby potencjalnych klientów o min. 20% (kontaktów do potencjalnych klientów: adres email, numer telefonu).

Efekt usługi

Po zakończeniu szkolenia uczestnik będzie potrafił krok po kroku zaplanować działania marketingowe, zdobyć nowych klientów i utrzymać ich lojalność. Nauczy się także korzystać z nowoczesnych narzędzi do samodzielnego tworzenia reklam, grafik i filmów.

Po szkoleniu uczestnik będzie wiedział jak analizować skuteczność strony sklepu Internetowego, tworzyć spersonalizowane reklamy do osób, które opuściły koszyk zakupowy

Wiedza

Po ukończeniu szkoleniu uczestnik:

1. Definiuje wiedzę z zakresu społecznej odpowiedzialności biznesu (Działania internetowe)
2. Rozróżnia wiedzę z zakresu budowania marki firmy w oparciu o zasady społecznej odpowiedzialności biznesu. (Sklep Online)
3. Zarządza nowoczesnymi kanałami komunikacji. (Kanały sprzedaży online)

4. Projektuje działania z zakresu kształtowania wizerunku marki w mediach społecznościowych.
5. Zarządza projektami z zakresu kształtowania wizerunku pracodawcy przy użyciu nowoczesnych kanałów komunikacji.
6. Posługuje się podstawami marketingu i zasadami kształtowania relacji z otoczeniem (ang. public relations - PR).
7. Monitoruje narzędzia marketingu social media i zasady kształtowania relacji z otoczeniem przy pomocy kanałów społecznościowych takich jak Facebook/Instagram.
8. Projektuje strategie budowania marki w mediach społecznościowych.
9. Organizuje działania tworzenia komunikatów prasowych i materiałów marketingowych przy wykorzystaniu platformy Facebook, Instagram.

Umiejętności

Po ukończeniu szkoleniu uczestnik:

1. Prowadzi analizy zachowań konsumenckich oraz potrzeb klientów zewnętrznych i wewnętrznych organizacji.
2. Analizuje cele strategii dotyczącej społecznej odpowiedzialności biznesu i kształtowania wizerunku pracodawcy.
3. kształtowania wizerunku pracodawcy.
4. Ocenia komunikaty prasowe i materiały marketingowe. (W świecie wirtualnym i w świecie Online).
5. Nadzoruje techniki marketingowe w tym w social media marketingu.
6. Dobiera kanały komunikacji adekwatnie do preferencji wybranych grup docelowych.
7. Kontroluje cele strategii dotyczącej rozwoju marki w mediach społecznościowych i kształtowania wizerunku całego przedsiębiorstwa.
8. Planuje działania wizerunkowe w mediach społecznościowych (grafika, kolor, treść) do specyfiki działalności organizacji dbając o ich spójność.
9. Określa grupy docelowe formułowanych komunikatów przy wykorzystaniu biznesowych narzędzi na Facebooku, np. Creator Facebook. Potrafi dobrać kanały komunikacji adekwatnie do preferencji wybranych grup docelowych ustalanych w Menedżerze Reklam na Facebooku.
10. Stosuje skutecznie techniki social media marketingu.
11. Projektuje komunikaty na kanałach Facebook i Instagram oraz Instastory (szata graficzna, treść, video).

Kompetencje społeczne

Po ukończeniu szkoleniu uczestnik:

1. Przestrzega zasad etyki w biznesie.
2. Planuje i konsekwentnie realizuje wspólnie z pracownikami wizję marki przedsiębiorstwa.
3. przedsiębiorstwa.
4. Odczuwa odpowiedzialność za przekaz marketingowy, który jest publiczny i trafia do różnych grup docelowych.
5. Przestrzega zasad etyki w komunikacji marketingowej oraz w biznesie.
6. Przewiduje skutki podejmowanych działań i odpowiedzialności za podejmowane decyzje.
7. Reaguje konstruktywnie na krytykę czy hejt w Internecie podczas promocji swoich towarów i usług w Internecie.
8. Realizuje wspólnie z pracownikami wizerunek marki w świecie wirtualnym w szczególności na kanałach Facebook.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Stworzenie schematu reklamy oraz test wewnętrzny.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Stworzenie schematu reklamy oraz test wewnętrzny.

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

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

Tak

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

Tak

Program

Mózg i treści - to trzeba wiedzieć

- Czemu mózg Twojego klienta (i Twój) wciąż reaguje na stare schematy.
- Od czego zależy odbiór treści przez klienta w dzisiejszych czasach.
- Jakie błędy w mózgu pomogą Ci skuteczniej do niego trafić.

Tak się pisze do cyfrowych ludzi!

- Jak pisać prosto i konkretnie tekst, którego mózg nie przeoczy.
- Wskazówki, które mogą być zastosowane już na drugi dzień. Przydatne listy zmienią proces pisania treści w kilka minut.

Social media. Jak zwiększyć zaangażowanie?

- Jakie rodzaje treści na social media przyciągają uwagę dziś.
- Jak podnieść prestiż klienta własnymi postami dzięki walucie społecznej i sprawić, że będzie je z uśmiechem udostępniał.
- Kiedy udostępnienia nie muszą być Twoim priorytetem.

Pokonaj klienta i nie daj się przewinąć

- Co przyciąga uwagę klientów i jak tworzyć niepomijalne treści?
- Komunikaty, które przyciągają uwagę lepiej niż inne.
- Konkretnie przykłady i inspiracje, jak i czym przyciągnąć uwagę klienta.

Język korzyści i język strat

- Najnowsze trendy w pisaniu językiem korzyści i strat. (w tym model TAYA i technikę inakulacji).
- Dowiesz się, dlaczego mózg bardziej boli strata.
- Pisanie językiem korzyści i językiem strat w praktyce. To poprawi jakość Twoich tekstów.

Neurodopalacze

- Social proof, autorytet, ograniczoność, natychmiastowość, heurystyki kategorii, płynność poznawczą i efekt halo czyli konkretne przykłady jak stosować błędy poznawcze w sprzedaży by skrócić cykl zakupowy.

Projektowanie ceny i wyboru

- Sposoby projektowania ceny - jak pokazać cenę, by zwiększyć szansę, że klient wybierze Twoją firmę.
- Projektowanie wyboru - te sposoby sprawią, że zakup będzie dla klienta przyjemniejszy, prostszy.

Procesy sprzedażowe w gospodarce cyfrowej

- digitalizacja procesów oraz integracja danych w obszarach marketingu, sprzedaży,
- Systemy IT sercem cyfrowej transformacji
- Cyfrowa transformacja i agregacja danych w marketingu i sprzedaży

Cyfrowa ścieżka klienta

- Typy klientów (persona/y). Targetowanie.
- Cyfrowa ścieżka klienta – czym jest
- Zastosowania ścieżki klienta (ćwiczenia)
- Przykładowa ścieżka klienta w internecie (case study)
- Ścieżka klienta a lejek konwersji

Metody budowania cyfrowej ścieżki klienta

- Model ścieżki zakupowej 5A:
- Świadomość (A – Aware)
- Atrakcyjność (A – Appeal)
- Pytania (A – Ask)
- Działanie (A – Act)
- Orędownictwo (A – Advocate)
- Cele reklamowe i model ścieżki zakupowej 5A w praktyce (case study)
- Jak dobrze zaprojektować ścieżkę konsumenta?
- Filmy edukacyjne/benchmarki

Lejki sprzedażowe

- Czym są
- Dla kogo
- Elementy: sprzedażowe, wizerunkowe, marketingowe
- Etapy (ToFu, MoFu i BoFu)
- Lejek B2B i B2C
- Nieliniowy lejek sprzedażowy
- Efekty jakie daje zastosowanie lejka sprzedażowego
- Dlaczego warto stosować lejek sprzedażowy
- Lejek a proces sprzedaży
- Do czego wykorzystać lejek sprzedaży?
- Analiza sprzedaży
- Tworzenie lejka - ćwiczenia

Sprzedaż z wykorzystaniem mediów społecznościowych (social selling)

- Co to jest social selling?
- Social Selling: Taktyki i kanały
- Jak działa algorytm LinkedIn? (case study)
- Social selling – jakie działania prowadzić?
- Jak sprzedawać, dzięki social media?
- Jak sprawdzić social selling index? (ćwiczenia)

System CRM – platforma obsługi klienta

- Czym jest
- Zarządzanie relacjami z klientem
- CRM – dla kogo
- Funkcjonalności CRM
- Wdrożenie CRM
- Dedykowany CRM
- Mobilny CRM
- CRM w chmurze
- Korzyści z wdrożenia CRM
- Jakie problemy rozwiązuje system CRM
- Przykłady systemów CRM
- CRM dla firmy handlowej (case study)
- Filmy edukacyjne – innowacje/benchmarki

Wskaźniki KPI (Key Performance Indicator)

- Definicja
- Przykłady KPI
- Dlaczego kluczowe wskaźniki efektywności są ważne?
- 5 najważniejszych wskaźników KPI dla e-commerce
- Jak sprawdzać KPI i na nie wpływać?
- Opracowanie wskaźników KPI dla biznesu (ćwiczenia)

1. **TEST - Weryfikacji wykonuje Daria Wrukowska**
2. **Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych (60 min)**
3. **Przerwy 15 minutowe odbywają się co 1,5h.**
4. **Przerwa obiadowa odbędzie się o 13:00 i trwa 30 min**
5. **Przerwy wliczone są w czas usługi rozwojowej**

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 11

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Mózg i treści - to trzeba wiedzieć	Martyna Kostrzewska	04-01-2025	08:00	17:00	09:00
2 z 11 Tak się pisze do cyfrowych ludzi!	Martyna Kostrzewska	05-01-2025	08:00	17:00	09:00
3 z 11 Social media. Jak zwiększyć zaangażowanie?	Martyna Kostrzewska	06-01-2025	08:00	17:00	09:00
4 z 11 Pokonaj klienta i nie daj się przewinąć	Martyna Kostrzewska	07-01-2025	08:00	17:00	09:00
5 z 11 Neurodopalacze	Martyna Kostrzewska	08-01-2025	08:00	17:00	09:00
6 z 11 Język korzyści i język strat	Martyna Kostrzewska	09-01-2025	08:00	17:00	09:00
7 z 11 Neurodopalacze, Sprzedaż z wykorzystaniem mediów społecznościowych (social selling)	Martyna Kostrzewska	10-01-2025	08:00	17:00	09:00
8 z 11 Projektowanie ceny i wyboru, Wskaźniki KPI (Key Performance Indicator)	Martyna Kostrzewska	11-01-2025	08:00	17:00	09:00
9 z 11 Procesy sprzedażowe w gospodarce cyfrowej, Metody budowania cyfrowej ścieżki klienta	Martyna Kostrzewska	13-01-2025	08:00	16:00	08:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 11 Cyfrowa ścieżka klienta, Lejki sprzedażowe	Martyna Kostrzewska	16-01-2025	08:00	14:00	06:00
11 z 11 Test - wykonanie analizy sklepu internetowego oraz przygotowanie reklamy	-	17-01-2025	08:00	10:00	02:00

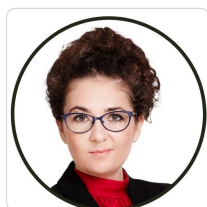
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	10 700,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	10 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	121,59 PLN
Koszt osobogodziny netto	121,59 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Martyna Kostrzewska

Wykładowca Akademicki, doktorantka Wydziału Ekonomii, Finansów i Zarządzania Uniwersytetu Szczecińskiego. Doświadczenie zawodowe zdobywała w Chinach oraz w Niemczech, pracując w międzynarodowych korporacjach e-commerce. Występowała na licznych konferencjach w Stanach Zjednoczonych. Naukowo interesuje się zagadnieniami związanymi z Social Media marketingiem, budowaniem relacji z klientem poprzez media społecznościowe oraz e-commerce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje przekazywane są na żywo podczas treningu stacjonarnego. Podczas prowadzenia szkolenia będzie przedstawiona prezentacja i oraz ćwiczenia praktyczne. Trener prezentuje strategie oraz możliwości pozyskania klientów przy użyciu Facebooka. Każdy kursant otrzymuje materiały pdf oraz filmy video i dostęp do platformy szkoleniowej do których może powracać po szkoleniu.

Link do platformy online: <https://martynakostrzevska.pl/kurs/1147/kurs-online-facebook-w-biznesie>

Link do materiałów video:

1) <https://www.youtube.com/watch?v=NmNPUULMzAA>

2) <https://www.youtube.com/watch?v=z5847XkA-xk>

3) <https://www.youtube.com/watch?v=jPRbnNUk6JE>

4) <https://www.youtube.com/watch?v=LuQUzgkvV48>

Informacje dodatkowe

Więcej informacji o nas na stronie

www.nowepokolenie-mk.pl

Adres

ul. Grzybowska 45
00-844 Warszawa
woj. mazowieckie

Hotel Leonardo Royal Warsaw usytuowany jest w centrum Warszawy, zaledwie 500 metrów od Muzeum Powstania Warszawskiego i 1,6 km od głównego dworca kolejowego. Oferuje on zakwaterowanie w eleganckich pokojach i apartamentach typu suite z bezpłatnym WiFi oraz wspaniałym widokiem na miasto.

Wszystkie pokoje mają łazienkę z wanną lub prysznicem. Ich wyposażenie obejmuje klimatyzację, minibar, telewizor z płaskim ekranem i biurko. Niektóre pokoje i apartamenty mieszczą aneks kuchenny.

Hotelowa restauracja zaprasza na śniadania w formie bufetu i potrawy kuchni międzynarodowej. Na terenie obiektu działa również bar. Recepcja jest czynna przez całą dobę. Goście mają do dyspozycji 6 sal konferencyjnych, z których można korzystać za dodatkową opłatą.

Tuż obok budynku znajduje się wypożyczalnia rowerów. Na życzenie hotel zapewnia miejsca na pobliskim prywatnym parkingu (za dodatkową opłatą).

Pałac Kultury i Nauki oddalony jest od hotelu Leonardo Royal Warsaw o 1,3 km. Spacer do centrum handlow

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Daria Wrukowska



E-mail dariawrukowska@gmail.com

Telefon (+48) 667 308 211