



PROFITONIC Maciej
Leonard



Social Media Manager- Marketing - jak skutecznie budować markę osobistą i promować swoją firmę

Numer usługi 2024/12/12/119739/2459423

📍 Białystok / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 14.05.2025 do 31.05.2025

5 950,00 PLN brutto

5 950,00 PLN netto

212,50 PLN brutto/h

212,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Pracownicy i właściciele z sektora marketingu i handlu, związane ze sprzedażą towarów i usług B2B; osoby, które samodzielnie chcą poszerzyć swoje kwalifikacje o elementy budowania relacji z klientami biznesowymi; zawodowo są związane z prowadzeniem sprzedaży aktywnej.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	8
Data zakończenia rekrutacji	13-05-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	28
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

Podniesienie umiejętności w zakresie profesjonalnego zarządzania profilem strategią marketingu internetowego firmy w tym firmy w social media. Uczestnik pozna metody opracowywania skutecznych strategii marketingu internetowego, w social mediach,

dzięki którym wyróżni się na tle konkurencji, co przełoży się na zwiększenie ilości odbiorców Kursant pozna sposoby na zdobywanie nowych obserwujących oraz na wzbogacenie działań promocyjnych poprzez wykorzystanie nowoczesnych technik i zasad reklamy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Charakteryzuje czym jest rozpoznawalność i przewaga konkurencyjna. Charakteryzuje potrzeby klienta. Rozróżnia platformy społecznościowe. Charakteryzuje instagram jako narzędzie promocji. Rozpoznaje kreacje reklamowe. Rozpoznaje programy graficzne i aplikacje. Rozpoznaje narzędzia wspomagające nagrywanie. Posiada wiedzę na temat tego kiedy i jak często publikować treści. Umiejętności: Dopasowuje działania marketingowe do specyfiki sprzedaży. Określa profil klienta oraz grupę docelową. Określa cele swojej firmy. Buduje profesjonalny fanpage. Tworzy relacje na Instagramie -stories - STORYTELLING Tworzy skuteczne posty. Opisuje podstawy znajomości programu Canva i tworzy grafiki. Rozpoznaje aplikacje które poprawiają i ulepszają wygląd kont na Social Mediach. Nagrywa materiały video. Opisuje korzyści z nagrywania video. Nagrywa rolki i opisuje korzyści z ich publikowania. Omawia narzędzia do edycji video CapCut. Omawia co to B-ROLL i jak go wykorzystać. Publikuje treści na platformach Instagram i Facebook.	- Omawia znaczenie rozpoznawalności i przewagi na tle konkurencji. - Wymienia potrzeby klienta. - Posiada wiedzę na temat platform społecznościowych . - Posługuje się instagramem w celu promocji. Rozróżnia rodzaje reklam. - Posiada wiedzę na temat narzędzi do nagrywania oraz omawia obsługę programów graficznych i aplikacji. - Używa odpowiednich narzędzi marketingowych do danej specyfiki sprzedaży. - Omawia potrzeby klienta. - Posługuje się sprawnie instagramem, tworzy fanpage, tworzy posty. - Posługuje się canva na poziomie podstawowym, - - Charakteryzuje narzędzia do edycji, samodzielnie publikuje treści w mediach społecznościowych, samodzielnie nagrywa rolki	Test teoretyczny Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne: Buduje emocjonalny związek z klientami. Buduje autentyczność i zaufanie. Rozpoznaje profil klienta. Odpowiednio zwraca się do odbiorcy. Tworzy relacje długofalowe. Komunikuje się z klientem poprzez social media.	- Samodzielnie nawiązuje relacje z klientem - Używa poprawnych sformułowań podczas kontaktu z odbiorcą. - Prowadzi korespondencje z klientem poprzez Instagram i Messenger	Test teoretyczny

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

Ramowy program usługi

Dzień 1: Wprowadzenie do marketingu internetowego i podstaw social media

Blok 1: Marketing internetowy – fundamenty sukcesu

- Marka i jej znaczenie w sieci : Jak budować rozpoznawalność i przewagę konkurencyjną
- Strategia i narzędzia marketingu internetowego: Jak dopasować działania marketingowe do specyfiki

sprzedaży

- Jak budować emocjonalny związek z klientami
- Kim jest Twój klient? Określenie profilu klienta oraz grupy docelowej – praktyczne ćwiczenie

Blok 2: KOMUNIKACJA Z KLIENTEM / PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY USŁUGI

- Badanie potrzeb Klienta
- Budowanie autentyczności i zaufania
- Tworzenie relacji długofalowej – jak skutecznie crossować swoje produkty i sprzedawać ich kilka jednemu Klientowi?

- Psychologiczny profil Klienta
- Jak pisać z Klientem - na co zwrócić uwagę - follow up - czy warto?

Blok 3: Social media – pierwsze kroki.

- Rodzaje platform społecznościowych: Jak wybrać te, które najlepiej pasują do branży
- Budowa strategii social media: Przykłady celów biznesowych - określ cel swojej firmy!

Blok 4 : Budowa profesjonalnego Fanpage'a

- Facebook - dlaczego warto? Skuteczne promowanie lokalnej marki – case studies
- Jak powinna wyglądać strona firmowa na Facebooku?: Kluczowe elementy – opis firmy, zdjęcia, CTA
- Tworzenie strony – Fanpage – zajęcia praktyczne, uzupełnienie najważniejszych danych, zdjęcia

profilowego oraz zdjęcia w tle

Dzień 2: Facebook i Instagram – efektywne narzędzia promocji

Blok 1: Instagram jako narzędzie promocji

- Dlaczego warto być na Instagramie?
- Jak działać na tym medium społecznościowym, jak się komunikować, ile dodawać postów, jakie formy

postów zastosować do zwiększenia zaangażowania odbiorcy

- Zabezpieczenie konta - o czym pamiętać
- Prawidłowe BIO - jak zoptymalizować profil by przyciągał klientów
- Spójność profilu- od czego zależy i na co warto zwrócić uwagę
- Relacje wyróżnione - czym są i co powinno się w nich znaleźć tak by Klient został dłużej na profilu
- Skąd brać pomysły na treści - strony, którymi warto się posługiwać przy planowaniu contentu
- Tworzenie relacji na Instagramie -stories - STORYTELLING
- Wiedza o hashtagach – kiedy używać, czym one są, jak je kategoryzować
- Jakie rozmiary grafik tworzyć do postów
- Jak ułatwić sobie pracę i zaoszczędzić czas łącząc publikację na FACEBOOKU Z INSTAGRAMEM
- Jakie kreacje reklamowe działają i dlaczego? Na co zwracać uwagę?
- Tworzenie harmonogramu treści

Blok 2: COPYWRITING

- Jak pisać skuteczne posty? – tricki copywritingowe
- Jak zwracać się do naszego odbiorcy?

Dzień 3: Programy graficzne i aplikacje

Blok 1: Canva

- Zapoznanie z narzędziem Canva i podstawy przygotowania angażującej grafiki
- Nauka tworzenia zdjęcia w tle
- Nauka tworzenia zdjęcia w tle relacji wyróżnionych na Instagramie
- Jak zrobić szablon okładki do rolki by mieć go zawsze pod ręką
- KARUZELA: czym jest, na co zwrócić uwagę przy jej tworzeniu - stwórz szablon

Blok 2: Aplikacje, które ułatwią Ci tworzenie treści na SM

- Zapoznanie się z aplikacjami, które mogą poprawić, ulepszyć wygląd kont Social Media oraz

komunikację z Klientem

- Których aplikacji warto używać, a które są zbędne
- Aplikacje płatne TAK czy NIE

Dzień 4 : Wideo/Reels

Blok 1: Nagrywanie materiałów video

- Dlaczego warto postawić na video w reklamie?
- Jak wideo wpływa na decyzje zakupowe klientów
- Dlaczego wideo generuje większe zaangażowanie niż inne formaty?

- Rodzaje treści wideo: tutoriale, inspiracje, recenzje produktów, rolki reklamowe
- Jak nagrać angażujące rolki?
- Przygotowanie scenariusza: Co powiedzieć i jak pokazać produkt.
- Ustawienia telefonu - o czym pamiętać przed rozpoczęciem nagrywania
- Oświetlenie i sprzęt: Jakie narzędzia wykorzystać, aby nagranie było profesjonalne
- Kompozycja i kadrowanie: jak tworzyć najlepsze ujęcia
- B-ROLL - czym jest i jak go wykorzystać

Blok 2 : Edycja video

- Jak szybko montować Reels
- Dodawanie tekstu, muzyki i efektów
- Omówienie narzędzi do edycji wideo CapCut
- Przycinanie i łączenie klipów: Jak usunąć zbędne fragmenty, połączyć ujęcia w płynny sposób
- Dodawanie logo firmy i CTA

Blok 3 :Publikacja na platformach:

- Instrukcja publikacji na Instagramie i Facebooku.
- Harmonogram publikacji – kiedy i jak często publikować treści wideo

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	5 950,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 950,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksandra Domanowska

Certyfikowany Social Media Manager oraz Mobile Video Maker z ponad 3-letnim doświadczeniem w branży marketingu internetowego. Od 6 lat zajmuje się również fotografią, która doskonale uzupełnia jej działania w obszarze social mediów, pozwalając na kompleksowe kreowanie wizerunku klientów i tworzenie spójnych, atrakcyjnych treści wizualnych.

W swojej pracy łączy wiedzę techniczną z kreatywnym podejściem, co przekłada się na wymierne efekty zarówno dla firm, jak i klientów indywidualnych. Specjalizuje się w szkoleniach, które pomagają zrozumieć mechanizmy skutecznego marketingu w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram czy TikTok. Uczy, jak tworzyć angażujące treści, nagrywać i montować profesjonalne wideo na potrzeby mobile, a także budować strategię obecności w social mediach. Dzięki doświadczeniu w fotografii, oferuje również wsparcie w zakresie tworzenia estetycznych, wysokiej jakości materiałów wizualnych, które są nieodzownym elementem skutecznej komunikacji w mediach społecznościowych.

Jej szkolenia są dostosowane do indywidualnych potrzeb uczestników, niezależnie od poziomu ich zaawansowania – od podstawowych kursów dla początkujących, po zaawansowane warsztaty. Dzięki praktycznemu podejściu i przyjaznej atmosferze, pomaga klientom zdobyć nie tylko wiedzę, ale i pewność siebie w tworzeniu treści oraz rozwijaniu swojej obecności w sieci.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma skrypt z materiałami szkolenia w formie papierowej.

Zgodnie z zakresem tematycznym usługi uczestnik będzie posiadał:

- dostęp do literatury fachowej (skrypty, strony internetowe)
- zapewniony dostęp do ćwiczeń

Zajęcia będą prowadzone metodami:

Metody oparte na słowie: wykład, opowiadanie, pogadanka, opis, dyskusja

Metody aktywizujące: burza mózgów, obserwacja, dyskusja

Metody interaktywne: nauczanie oparte o problem, mapę myśli

Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych z Funduszy Europejskich, warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora udzielającego dofinansowanie.

Informacje dodatkowe

Szkolenie kończy się walidacją w formie post- test'u. Absolwent szkolenia otrzymuje po pozytywnie zdanym post-teście (min.70 % punktów) oraz stwierdzeniu obecności na minimum 80% zajęć - zaświadczenie ukończenia szkolenia zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

Adres

Białystok

Białystok

woj. podlaskie

dokładne miejsce realizacji ustalone będzie po zapisaniu się minimalnej liczby uczestników

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Maciej Leonard

E-mail maciejleonard@gmail.com

Telefon (+48) 514 970 108