



Unico Marketing: Zbuduj silną markę Premium. Pozyskuj klientów w social mediach i lokalnie. Szkolenie z Moniką Run.

Numer usługi 2025/03/14/160223/2622652

UNICO SP. Z O.O.



📍 Zamość / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 27.03.2025 do 04.04.2025

4 050,00 PLN brutto

4 050,00 PLN netto

168,75 PLN brutto/h

168,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie jest skierowane do przedsiębiorców, freelancerów, właścicieli małych i średnich firm oraz osób odpowiedzialnych za marketing, którzy pragną rozwijać swoją markę osobistą lub firmową. Jest dedykowane uczestnikom, którzy chcą zdobyć praktyczną wiedzę na temat budowy marki Premium, efektywnego zarządzania komunikacją z klientami oraz wykorzystania strategii marketingowych w social mediach i działaniach lokalnych.</p> <p>Grupa docelowa obejmuje również osoby, które chcą:</p> <ul style="list-style-type: none">wyróżnić swoją ofertę na rynku i znaleźć własną przewagę konkurencyjną;pozyskiwać klientów poprzez skuteczne kampanie w social mediach;zautomatyzować procesy obsługi klienta i oszczędzać czas dzięki nowoczesnym narzędziom;tworzyć wydarzenia lokalne wspierające budowanie rozpoznawalności marki
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	26-03-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego kreowania i zarządzania marką osobistą lub firmową z wykorzystaniem strategii marketingowych, analiz rynku oraz narzędzi automatyzujących procesy komunikacji z klientami. Usługa prowadzi do zrozumienia mechanizmów budowy marki, analizy grupy docelowej oraz efektywnego planowania działań w social mediach i lokalnie. Usługa przygotowuje do tworzenia strategii komunikacji, wdrażania automatyzacji marketingowej oraz organizowania wydarzeń lokalnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy i wdraża strategię marki.	Charakteryzuje misję i wizję marki z uwzględnieniem jej wartości i archetypów.	Wywiad ustrukturyzowany
	Określa cele marki w mediach społecznościowych, e-mail marketingu i działaniach lokalnych.	Wywiad ustrukturyzowany
	Opisuje sposoby analizy osiągnięcia założonych celów strategicznych.	Wywiad ustrukturyzowany
Określa potrzeby i cechy grupy docelowej.	Identyfikuje klientów marki według grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Analizuje punkty styku odbiorcy z marką.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
Opracowuje ankiety badające potrzeby i obiekcje grupy docelowej oraz interpretuje ich wyniki.		Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą na temat wyróżników marki	Przeprowadza analizę rynku i audyt konkurencji.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Określa unikalne wyróżniki marki i sposoby wdrażania w komunikacji z klientami.	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wywiad swobodny	
Automatyzuje procesy marketingowe.	Dopasowuje styl komunikacji do odbiorców na dwóch wybranych platformach.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Korzysta z narzędzia ManyChat w celu automatyzacji działań marketingowych.	Wywiad swobodny
		Obserwacja w warunkach symulowanych
	Automatyzuje przygotowanie szablonów e-mail.	Wywiad swobodny
	Tworzy system pozyskiwania opinii klientów (ankiety, recenzje online).	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
Posługuje się wiedzą na temat organizacji wydarzeń lokalnych	Wymienia etapy planowania organizacji wydarzenia lokalnego	Wywiad ustrukturyzowany
	Wymienia sposoby promocji wydarzenia lokalnego	Wywiad ustrukturyzowany
	Tworzy schemat wystąpienia na wydarzeniu lokalnym.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny
	Przygotowuje propozycję współpracy z inną marką w celu rozszerzenia rozpoznawalności.	Obserwacja w warunkach symulowanych
		Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, zaświadczenie potwierdzające uzyskanie kompetencji 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, zaświadczenie potwierdza, 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?

Tak, zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Szkolenie to czterodniowy, kompleksowy program, którego celem jest wsparcie uczestników w budowie i rozwoju marki osobistej lub firmowej. Każdy dzień szkolenia koncentruje się na kluczowych aspektach związanych z kreowaniem marki, analizą rynku oraz wdrażaniem narzędzi ułatwiających pracę.

Szkolenie obejmuje praktyczne warsztaty, analizy przypadków, audyty konkurencji oraz ćwiczenia. Uczestnicy będą mogli od razu wdrożyć zdobytą wiedzę w swoich działaniach biznesowych.

Dzień 1.

Pretest

Rozpisanie strategii marki

- Misja i wizja marki. Poznaj archetypy marki i zacznij świadomie wykorzystywać swoje wartości w komunikacji z odbiorcami.
- Marka i jej cele. Cele obecności marki w kanałach social media, e-mail marketingu, w działaniach lokalnych. Analiza, czy cel został osiągnięty.

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 2.

Grupa docelowa marki

- Kim są Twoi idealni klienci.
- Punkty styku odbiorcy z marką.
- Problemy, obiekcje osób z grupy docelowej.
- Analiza potrzeb grupy docelowej (jak przygotowywać ankiety i jak je czytać, analizować oraz wprowadzać wnioski w życie).

Wyróżniki marki na rynku stacjonarnym i online

- Znajdziemy Twoje wyróżniki oraz wyeksponujemy je w komunikacji z odbiorcami. To będzie Twoją przewagą rynkową.
- Jak wykorzystać swoje talenty w praktyce

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 3.

Dlaczego powinieneś poznać rynek oraz konkurencję ze swojej branży

- Analiza rynku
- Audyt dwóch profili z branży
- Audyt strategii dwóch konkurencyjnych marek

Znalezienie Twojego sposobu komunikacji i kontaktu z odbiorcami

- Kanały komunikacji (Fb, Ig, Lkdn, YouTube, podcast)
- Analiza profilu marki.
- Wybranie najskuteczniejszego sposobu komunikacji z grupą docelową (wideo, teksty).
- Najlepsze godziny do publikacji na profilach marki.

Automatyzacja - skuteczne narzędzia do skrócenia czasu pracy właściciela marki.

- Many Chat
- Przygotowanie szablonów maili, zapytań, jako sposób na zaoszczędzenie czasu.
- Chat GPT

Jak w lekki sposób pozyskiwać opinie (społeczny dowód słuszności)

- Opinie na profilu Fb
- Opinie na wizytówce Moja Firma
- Ankiety satysfakcji
- Dostosowywanie komunikacji do potrzeb klienta

Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera

Dzień 4.

Komunikacja marki, firmy poprzez e-mail marketing (regularna wysyłka newslettera)

- Potrzeby grupy docelowej.
- Skuteczne e-maile (jakie elementy powinny zawierać)
- Jak skutecznie wykorzystywać materiały bonusowe (e-book, kurs) w celu pozyskiwania czytelników newslettera.
- Jak poszerzać grupę odbiorców (zdobywać adresy mailowe)

Ścieżka obsługi klienta po jego pierwszym zakupie.

- Potrzeby klienta.
- Propozycje produktów i usług komplementarnych dla stałych klientów.
- Dlaczego łatwiej i taniej jest utrzymać stałego klienta poprzez systematyczny kontakt z marką, sprzedaż komplementarną, niż pozyskać nowego klienta.
- Utrzymanie zainteresowania i zaangażowania klienta.
- W jakich przypadkach klient powróci po kolejne produkty marki.

Networking, wydarzenia lokalne, warsztaty jako sposób na zbudowanie rozpoznawalności marki, firmy lokalnej.

- Jak powinno wyglądać wydarzenie stacjonarne.
- Schemat wystąpienia.
- Materiały promocyjne marki (baner, wizytówki, oferta, gadzety firmowe)
- Sposoby dotarcia do klientów na obszarze lokalnym.
- Promocja wydarzenia.
- Współprace z innymi markami.

Walidacja efektów uczenia się

- *Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny lub w małych grupach 2-3 osobowych*
- *Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.*
- *Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.*
- *Usługa realizowana jest w 24 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).*
- *Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.*
- *Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.*
- *Zajęcia praktyczne: 15 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 9 godzin dydaktycznych .*

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Dzień 1. Pretest. Część teoretyczna	Monika Run	27-03-2025	09:00	09:15	00:15
2 z 17 Dzień 1. Rozpisanie strategii marki. Część praktyczna	Monika Run	27-03-2025	09:15	10:45	01:30
3 z 17 Dzień 1. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera. Część teoretyczna	Monika Run	27-03-2025	10:45	11:00	00:15
4 z 17 Dzień 2. Grupa docelowa marki. Część praktyczna	Monika Run	01-04-2025	12:00	13:00	01:00
5 z 17 Dzień 2. Wyróżniki marki na rynku stacjonarym i online. Część praktyczna	Monika Run	01-04-2025	13:00	14:15	01:15
6 z 17 Dzień 2. Dlaczego powinniśmy poznać rynek oraz konkurencję ze swojej branży. Część teoretyczna	Monika Run	01-04-2025	14:15	15:45	01:30
7 z 17 Dzień 2. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera. Część teoretyczna	Monika Run	01-04-2025	15:45	16:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 17 Dzień 3. Znalezienie Twojego sposobu komunikacji i kontaktu z odbiorcami. Część praktyczna	Monika Run	02-04-2025	09:00	11:15	02:15
9 z 17 Dzień 3. Automatyzacja - skuteczne narzędzia do skrócenia czasu pracy właściciela marki. Część praktyczna	Monika Run	02-04-2025	11:15	12:30	01:15
10 z 17 Dzień 3. Jak w lekki sposób pozyskiwać opinie. Część teoretyczna	Monika Run	02-04-2025	12:30	13:45	01:15
11 z 17 Dzień 3. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera. Część teoretyczna	Monika Run	02-04-2025	13:45	14:00	00:15
12 z 17 Dzień 4. Komunikacja marki, firmy poprzez e-mail marketing. Część praktyczna	Monika Run	03-04-2025	14:00	15:45	01:45
13 z 17 Dzień 4. Weryfikacja postępów w uczeniu się oraz uwagi trenera. Część teoretyczna	Monika Run	03-04-2025	15:45	16:00	00:15
14 z 17 Dzień 5. Ścieżka obsługi klienta po jego pierwszym zakupie. Część praktyczna	Monika Run	04-04-2025	10:00	12:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 17 Dzień 5. Networking, wydarzenia lokalne, warsztaty. Część teoretyczna	Monika Run	04-04-2025	12:00	14:30	02:30
16 z 17 Dzień 5. Podsumowanie szkolenia. Sesja Q&A. Część teoretyczna	Monika Run	04-04-2025	14:30	14:45	00:15
17 z 17 Dzień 5. Walidacja efektów uczenia się	-	04-04-2025	14:45	15:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 050,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 050,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Monika Run

Trener i szkoleniowiec, posiadający wiedzę, wieloletnie doświadczenie oraz pasję do prowadzenia szkoleń grupowych oraz indywidualnych.

W teście Gallupa TOP 5 Moniki to: Uczenie się, Rozwijanie Innych, Strateg, Aktywator, Współzależność. Talenty te uzupełniają i wzmacniają jej osobę, jako trenera do przeprowadzania szkoleń i warsztatów dla uczestników.

Pierwsze swoje szkoleniowe kroki stawiała w 2012 roku w międzynarodowej firmie handlowo

sprzedażowej, gdzie była odpowiedzialna za profesjonalne szkolenia nowych pracowników w salonach firmowych.

W ciągu ostatnich 5 lat, jako trener marketingu, przeprowadziła ponad 219 godzin szkoleniowych w salach szkoleniowych oraz online dla właścicieli marek i firm lokalnych.

Branże z którymi współpracowała to m.in.: rozwój osobisty i talenty, fotografia, telekomunikacja, edukacja, dekoracje i aranżacja wnętrz, zdrowy styl życia, coaching, psychologia.

W ciągu ostatnich 5 lat, zdobyła certyfikaty ze szkoleń: „Kurs LinkedIn - budowanie marki Osobistej”, „Reelsy - czym są, dlaczego warto je nagrywać. Podstawy montażu”, „Strategia dochodowego newslettera”, „Social Media Expert”.

Uczestnicy cenią ją za szeroką wiedzę branżową, znajomość badań i trendów rynkowych, umiejętność przekazywania wiedzy w zrozumiały sposób oraz innowacyjne sposoby szkoleniowe.

Jest autorką 30-stronicowego ebooka „Jak rozwijać markę osobistą holistycznie”.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy przygotowany przez Unico Sp. z o.o.

Informacje dodatkowe

Możliwość dostosowania terminu: Rafał Lisser, tel: (+48) 724 787 771

Jeżeli złożyłeś wniosek u Operatora, ale nie zapisałeś się na usługę, skontaktuj się z nami w celu rezerwacji.

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku (stawka VAT zw.): Zwolnienie z podatku VAT na podstawie §3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736).

Adres

ul. Bazylińska 1/45

22-400 Zamość

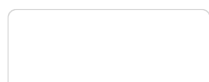
woj. lubelskie

Kawiarnia Arabeska

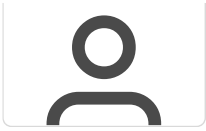
Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Rafał Lisser



E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771