



Instytut Rozwoju
Kompetencji
Skeleton KLAUDIA
JASIŃSKA

Brak ocen dla tego dostawcy

"Facebook, Instagram, Tik Tok. Promocja i sprzedaż usług w branży fryzjerskiej za pomocą Social Media. Budowanie wizerunku profesjonalisty w mediach społecznościowych"

Numer usługi 2025/04/28/118749/2713243

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 24.05.2025 do 25.05.2025

1 400,00 PLN brutto

1 400,00 PLN netto

87,50 PLN brutto/h

87,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Inne / Edukacja
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	• Właścicieli małych i średnich firm, którzy chcą zwiększyć swoją widoczność w social media i pozyskać nowych klientów. • Specjalistów ds. marketingu i osób odpowiedzialnych za promocję firmy w social media. • Przedsiębiorców w branży usługowej, takich jak fryzjerzy, barberzy, styliści, którzy chcą skutecznie promować swoje usługi online. • Osób, które planują rozpocząć działalność online i chcą budować swoją obecność w mediach społecznościowych od podstaw
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	22-05-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnej efektywnej promocji swojej działalności, budowania silnej marki oraz zwiększenia sprzedaży usług. Uczestnicy poznają narzędzia, techniki oraz strategie potrzebne do tworzenia angażujących treści i kampanii reklamowych, które przyciągną klientów i zwiększą ich lojalność.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik wykorzystuje różne platformy do promocji swojej działalności.	Kursant wie i rozumie jak działa marketing w mediach społecznościowych i wykorzystuje różne platformy (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn) do promocji usług. Wybiera odpowiednie kanały komunikacji w oparciu o specyfikę działalności i grupy docelowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik buduje spójną i atrakcyjną markę w Social Media.	Uczestnik opracowuje strategię budowy marki w mediach społecznościowych, w tym określić tożsamość wizualną i ton komunikacji. Tworzy treści zgodne z wartościami marki i oczekiwaniami odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik tworzy i publikuje wartościowe i angażujące treści.	Uczestnik wykorzystuje różne techniki sprzedażowe, takie jak storytelling, oferty specjalne, promocje i wezwania do działania (call to action), aby przyciągnąć nowych klientów. Prowadzi skuteczne kampanie sprzedażowe, budując relacje z klientami poprzez media społecznościowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Prowadzi płatne kampanie reklamowe.	Uczestnik wykorzystuje różne techniki sprzedażowe, takie jak storytelling, oferty specjalne, promocje i wezwania do działania (call to action), aby przyciągnąć nowych klientów. Prowadzi skuteczne kampanie sprzedażowe, budując relacje z klientami poprzez media społecznościowe Kursant tworzy i uruchamia kampanie reklamowe na Facebooku, Instagramie i innych platformach, optymalizując budżet i targetując odpowiednie grupy odbiorców. Monitoruje i optymalizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia konwersji i efektywności kosztowej.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Mierzy skuteczność działań w Social Mediach.	Kursant korzysta z narzędzi analitycznych, takich jak Facebook Insights, Instagram Insights czy Google Analytics, aby śledzić wskaźniki efektywności (KPI): zasięg, zaangażowanie, konwersje. Analizuje wyniki działań w mediach społecznościowych i wdraża optymalizacje na podstawie zebranych danych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Automatyzuje działania i efektywnie zarządza treściami.	Używa narzędzi do planowania i automatyzacji treści (np. Buffer, Hootsuite, Later), co pozwala na bardziej efektywne zarządzanie kontami w Social Media i oszczędność czasu.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Kwalifikacje

Inne kwalifikacje

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy wydany dokument jest potwierdzeniem uzyskania kwalifikacji w zawodzie?

tak

Pytanie 2. Czy dokument został wydany przez organy władz publicznych lub samorządów zawodowych na podstawie ustawy lub rozporządzenia?

tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza uprawnienia do wykonywania zawodu na danym stanowisku (tzw. uprawnienia stanowiskowe) i jest wydawany po przeprowadzeniu walidacji?

tak

Informacje

Podstawa prawna dla Podmiotów / kategorii Podmiotów	uprawnione do realizacji procesów walidacji i certyfikowania na mocy innych przepisów prawa
Nazwa/Kategoria Podmiotu prowadzącego walidację	Instytut Rozwoju Kompetencji Skeleton
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Nie
Nazwa/Kategoria Podmiotu certyfikującego	Instytut Rozwoju Kompetencji Skeleton

Program

DZIEŃ 1

10:00 – 11:30 | Wprowadzenie do Social Mediów

- Wprowadzenie do świata social mediów
- Analiza potrzeb biznesowych w social mediach w kontekście branży fryzjerskiej

11:30 – 13:00 | Platformy Social Media – Przegląd

- Omówienie najpopularniejszych platform (Facebook, Instagram, TikTok) w kontekście promowania usług fryzjerskich
- Wybór odpowiednich platform do promocji usług fryzjerskich

13:00 – 13:15 | PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

13:15 – 16:15 | Tworzenie Strategii Social Media

- Jak zdefiniować cele biznesowe w social mediach w branży fryzjerskiej?
- Targetowanie grupy odbiorców (lokalni klienci, specyficzne grupy wiekowe)
- Planowanie treści i kalendarz publikacji (najlepsze godziny i dni dla fryzjerów)

16:15 – 16:30 | PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

16:30 – 18:00 | Tworzenie angażujących treści

- Zasady tworzenia angażujących postów promujących usługi fryzjerskie
- Wideo, grafiki, teksty – co najlepiej działa w kontekście fryzjerstwa?
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji do tworzenia contentu na social media
- Przegląd aplikacji do tworzenia treści: Canva, CapCut, inne narzędzia

18:00 – 18:30 | Podsumowanie Dnia Pierwszego

- Dyskusja, wymiana doświadczeń i pytania

DZIEŃ 2

10:00 – 11:30 | Social Media Advertising

- Wprowadzenie do płatnych kampanii reklamowych w social mediach
- Facebook Ads, Instagram Ads, TikTok Ads: jak tworzyć skuteczne kampanie?
- Targetowanie i retargetowanie odbiorców (np. lokalne kampanie fryzjerskie)

11:30 – 13:00 | Budowanie Relacji i Zarządzanie Kryzysowe

- Jak budować trwałe relacje z klientami poprzez social media?
- Obsługa klienta w social mediach – jak odpowiadać na komentarze, wiadomości
- Zarządzanie kryzysowe: jak reagować na negatywne komentarze i sytuacje kryzysowe?

13:00 – 13:15 | PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

13:15 – 16:15 | Automatyzacja Social Media i Narzędzia Wspomagające

- Przegląd narzędzi do automatyzacji publikacji i zarządzania social mediami (Hootsuite, Buffer)
- Korzyści z automatyzacji: oszczędność czasu i efektywność w prowadzeniu mediów społecznościowych

16:15 – 16:30 | PRZERWA NA LUNCH (przerwa nie wchodzi w czas trwania szkolenia)

16:30 – 18:00 | Zajęcia praktyczne

- Tworzenie grafik, relacji na Instagramie (Story), TikTok-owych rolek promujących usługi fryzjerskie

18:00 – 18:30 | Ocena samodzielnej pracy kursanta – walidacja

- Omówienie wykonanych zadań i feedback

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

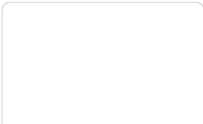
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 400,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	87,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	87,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	0,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Gabriel Folej



Gabriel Folej to doświadczony specjalista w zakresie marketingu internetowego i budowania wizerunku profesjonalistów w mediach społecznościowych. Posiada wieloletnią praktykę w pracy z branżą fryzjerską, pomagając przedsiębiorcom skutecznie promować swoje usługi w mediach społecznościowych, takich jak Facebook, Instagram i TikTok. Jako ekspert w zakresie strategii marketingowych, Gabriel łączy nowoczesne podejścia z praktycznymi rozwiązaniami, które pomagają salonom fryzjerskim zyskać większą widoczność online, przyciągnąć nowych klientów oraz zwiększyć sprzedaż.

Gabriel jest pasjonatem mediów społecznościowych i doskonale rozumie, jak istotne jest budowanie autentycznego wizerunku profesjonalisty. Jego podejście opiera się na realnych przykładach, praktycznych wskazówkach oraz najnowszych trendach, które pomagają fryzjerom w prosty sposób wykorzystać social media do promocji swojej działalności. Dzięki swojemu doświadczeniu oraz kreatywności, Gabriel potrafi w prosty sposób przeprowadzić uczestników przez skomplikowane techniki marketingowe, oferując narzędzia, które są skuteczne i łatwe do wdrożenia.

Gabriel Folej to nie tylko ekspert, ale także pasjonat, który w sposób przystępny i angażujący dzieli się swoją wiedzą, inspirując do wykorzystywania nowych narzędzi promujących usługi fryzjerskie w Internecie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiał w wersji elektronicznej

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy muszą mieć ukończone 18 lat, posiadać wykształcenie średnie lub wyższe, oraz podstawową znajomość obsługi Facebooka, Instagrama i TikToka. Kurs jest skierowany do właścicieli salonów fryzjerskich, fryzjerów oraz osób planujących promować swoje usługi w social mediach, z dostępem do urządzenia z internetem i gotowością do aktywnego uczestniczenia w szkoleniu.

Warunki techniczne

Usługa realizowana zdalnie poprzez platformyZoom

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: •Komputer stacjonarny/laptop z dostępem do Internetu. Sprawny mikrofon i kamera internetowa (lub zintegrowane z laptopem). Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: download 8 mb/s, upload 8 mb/s, ping 15 ms. Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Zalecamy wykorzystanie aktualnej wersji przeglądarki CHROME (zarówno na komputerach z systemem operacyjnym Windows jak i Apple

Kontakt



Klaudia Jasińska

E-mail biuro@skeleton.com.pl

Telefon (+48) 786 183 809