



FHU ORDINAT
MARCIN BIELSKI



Szkolenie realizowane w ramach projektu „Postaw swój biznes na nogi” – Marketing kryzysowy w mediach społecznościowych

Numer usługi 2025/05/05/133960/2725026

📍 Opatów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 15.05.2025 do 16.05.2025

3 500,00 PLN brutto

3 500,00 PLN netto

218,75 PLN brutto/h

218,75 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Odbiorcami usługi są właściciele i pracownicy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw, którzy potrzebują wsparcia w rozwijaniu kompetencji związanych z marketingiem kryzysowym w mediach społecznościowych. Szkolenie skierowane jest do osób, które na co dzień zajmują się komunikacją marki w przestrzeni internetowej i odpowiadają za jej obecność w mediach społecznościowych. Uczestnikami mogą być zarówno doświadczeni specjaliści ds. marketingu, PR-u czy social media, jak i właściciele mikro firm, którzy samodzielnie prowadzą komunikację swojej marki.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	14-05-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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

Celem szkolenia jest wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności prowadzenia skutecznego marketingu w mediach społecznościowych w warunkach kryzysu i ograniczonych zasobów. Uczestnicy nauczą się analizować potencjał firmy, tworzyć strategię obecności online, przygotowywać angażujące treści niskim kosztem, wykorzystywać płatne kampanie i partnerstwa oraz mierzyć efektywność działań, by maksymalizować ich wpływ.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tak, dokument potwierdza, że zastosowane rozwiązania zapewniają rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.	Prawidłowo formułuje definicję i wyjaśnia jej zastosowanie w warunkach kryzysowych	Test teoretyczny
Rozróżnia elementy strategii marketingowej dostosowanej do sytuacji kryzysowej	Wskazuje i opisuje różnice między standardową a kryzysową strategią marketingową	Test teoretyczny
Charakteryzuje role i funkcje wybranych kanałów social media w działaniach firmy	Definiuje cechy oraz możliwości wykorzystania konkretnych kanałów w kryzysie	Test teoretyczny
Uzasadnia znaczenie spójnej i przemyślanej komunikacji marki w warunkach kryzysu	Charakteryzuje zależność między stylem komunikacji a percepcją marki przez odbiorców	Test teoretyczny
Charakteryzuje narzędzia i techniki tworzenia niskobudżetowych treści	Planuje funkcje i możliwości podstawowych narzędzi wykorzystywanych w małych firmach	Test teoretyczny
Organizuje działania komunikacyjne skierowane do wybranej grupy docelowej	Dobiera właściwe formaty i kanały komunikacji zgodne z profilem klienta	Test teoretyczny
Analizuje dane z kampanii social media w celu oceny jej skuteczności	Interpretuje podstawowe wskaźniki efektywności i wskazuje możliwości poprawy	Test teoretyczny
Uzasadnia potrzebę transparentnej i rzetelnej komunikacji w sytuacji kryzysowej	Przedstawia argumenty dotyczące wpływu otwartości na relacje z odbiorcami	Test teoretyczny
Nadzoruje sposób formułowania odpowiedzi na komentarze i opinie w mediach społecznościowych	Identyfikuje błędy komunikacyjne i wskazuje właściwe formy reakcji	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Efekty uczenia podzielone są na: wiedza, umiejętności oraz kompetencje społeczne nabyte w procesie uczenia się. Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

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

Tak, dok. potwierdza, że kryteria są jednoznaczne, realne, możliwe do zweryfikowania i zrozumiałe dla osób które planują zapis na usługę. FHU ORDINAT MARCIN BIELSKI zapewnia rozdzielność procesu uczenia się i walidacji. Osoby, które szkoliły danego uczestnika, nie mogą oceniać go w procesie walidacji

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

Tak, dokument potwierdza, że zastosowane rozwiązania zapewniają rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

15.05.2025

Dzień 1: Podstawy efektywnego marketingu w social media dla firm w trudnościach

Moduł 1.1: Analiza potencjału marketingowego firmy w sytuacji kryzysowej

- Diagnoza sytuacji obecnej – analiza zasobów, budżetu, mocnych i słabych stron
- Wyznaczanie realnych celów marketingowych (zwiększenie sprzedaży, pozyskanie nowych klientów, poprawa wizerunku)
- Jak prowadzić tani i efektywny marketing w social media?

Moduł 1.2: Tworzenie strategii obecności w social media krok po kroku

- Wybór odpowiednich kanałów społecznościowych (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok)
- Tworzenie profilu idealnego klienta (buyer persona)
- Opracowanie spójnej strategii komunikacji – ton, język, formaty treści

Moduł 1.3: Tworzenie skutecznych i niskobudżetowych treści

- Jak przygotowywać posty, które przyciągną klientów (copywriting, storytelling)?
- Narzędzia do samodzielnego tworzenia grafik, video i infografik (Canva, Adobe Express, darmowe aplikacje mobilne)
- Przykłady skutecznych treści w branżach o ograniczonych budżetach marketingowych

Moduł 1.4: Budowanie zaangażowania społeczności

- Proste i szybkie techniki aktywizacji fanów – konkursy, pytania, ankiety, posty dyskusyjne
- Moderacja i obsługa klienta w social media – jak szybko reagować na pytania klientów i sytuacje kryzysowe?
- Jak budować zaufanie i lojalność klientów przy minimalnych kosztach?

16.05.2025

Dzień 2: Zaawansowane działania marketingowe – jak maksymalizować efekt przy ograniczonych zasobach?

Moduł 2.1: Reklama płatna w mediach społecznościowych na ograniczonym budżecie

- Menedżer reklam Meta i promocje na Instagramie – jak stworzyć taną kampanię reklamową?
- Jak skutecznie targetować klientów, by nie marnować pieniędzy?
- Analiza przykładów efektywnych kampanii za niewielkie kwoty (case studies)

Moduł 2.2: Budowanie marki osobistej właściciela i zespołu w social media

- Znaczenie autentyczności i transparentności w czasach kryzysu firmy

- W jaki sposób właściciel firmy lub zespół może samodzielnie wspierać markę firmową w mediach społecznościowych?
- Case studies firm, które dzięki marce osobistej właściciela przezwyciężyły trudności finansowe

Moduł 2.3: Partnerstwa i współpraca z mikroinfluencerami oraz innymi firmami

- Jak znaleźć partnerów do współpracy przy minimalnych kosztach?
- Skuteczna współpraca barterowa z mikroinfluencerami – jak przygotować ofertę i negocjować?
- Korzyści płynące z lokalnych partnerstw biznesowych w social media (cross-promocje, wspólne kampanie)

Moduł 2.4: Analiza i optymalizacja działań w social media – stałe zwiększanie efektywności przy niskim budżecie

- Darmowe i tanie narzędzia analityczne (Meta Insights, Google Analytics, darmowe aplikacje analityczne)
- Jak interpretować dane i ulepszać swoje działania?
- Tworzenie cyklicznego raportu efektywności social media – co mierzyć, jak często, na co zwracać uwagę?

WALIDACJA

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 15 Analiza potencjału marketingowego firmy w sytuacji kryzysowej	Paweł Popławski	15-05-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	15-05-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 15 Tworzenie strategii obecności w social media krok po kroku	Paweł Popławski	15-05-2025	11:15	13:00	01:45
4 z 15 przerwa obiadowa	Paweł Popławski	15-05-2025	13:00	13:30	00:30
5 z 15 Tworzenie skutecznych i niskobudżetowych treści	Paweł Popławski	15-05-2025	13:30	15:00	01:30
6 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	15-05-2025	15:00	15:15	00:15
7 z 15 Budowanie zaangażowania społeczności	Paweł Popławski	15-05-2025	15:15	17:00	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 15 Reklama płatna w mediach społecznościowych na ograniczonym budżecie	Paweł Popławski	16-05-2025	09:00	11:00	02:00
9 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	16-05-2025	11:00	11:15	00:15
10 z 15 Budowanie marki osobistej właściciela i zespołu w social media	Paweł Popławski	16-05-2025	11:15	13:00	01:45
11 z 15 przerwa obiadowa	Paweł Popławski	16-05-2025	13:00	13:30	00:30
12 z 15 Partnerstwa i współpraca z mikroinfluencerami oraz innymi firmami	Paweł Popławski	16-05-2025	13:30	15:00	01:30
13 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	16-05-2025	15:00	15:15	00:15
14 z 15 Analiza i optymalizacja działań w social media – stałe zwiększanie efektywności przy niskim budżecie	Paweł Popławski	16-05-2025	15:15	16:45	01:30
15 z 15 Walidacja	-	16-05-2025	16:45	17:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 500,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	218,75 PLN
Koszt osobogodziny netto	218,75 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Popławski

Certyfikowany trener z międzynarodowym doświadczeniem, ekspert w dziedzinie komunikacji, wywierania wpływu w biznesie, sprzedaży, digital marketingu, wystąpień publicznych, motywacji i efektywności osobistej, marketingu internetowego. Posiada doświadczenie pracy korporacyjnej w dziale HR, prowadził szkolenia w 4 językach w Polsce, USA, Hongkongu, Chinach, Singapurze, Malezji, Tajlandii. Podwójny absolwent SGH – Marketing i Zarządzanie oraz Finanse i Bankowość - zarządzanie projektami oraz pracą dyplomową dotyczącą perswazji i komunikacji, absolwent studiów doktoranckich SGH ze specjalizacją w zakresie marketingu i sprzedaży. Posiada certyfikat Digital Marketing Professional. Specjalista w obszarze HR, prowadził szkolenia z zakresu: Digital - wykorzystanie narzędzi i systemów ICT w obszarze HR, zarządzanie projektami. Doświadczenie zawodowe zdobywane w organizacjach od 2008 roku w Polsce i Hongkongu na stanowiskach asystenta trenera, ko-trenera, eksperta ds. marketingu i sprzedaży, kierownika projektów, konsultanta i trenera. Prowadził projekty doradcze dla: PKO Bank Polski, PKO Bank Hipoteczny, eService, PKO Leasing, Kredobank, PKO BP Flnot, Groupe SEB (Tefal, Krups, Lagostina), Dorbud S.A., Electrolux Poland, PGNiG Termika S.A., LPP S.A. Posiada ponad 120 h dośw. w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce w przeciągu ostatnich 2 lat, liczone wstecz od rozp. szkolenia. W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prowadził szkolenia o tej samej oraz pokrewnej tematyce.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają materiały szkoleniowe obejmujące swoim zakresem tematykę szkolenia (prezentacje) oraz skrypt

Warunki uczestnictwa

Uczestnicy szkolenia powinni mieć możliwość swobodnego zajęcia swojego miejsca na szkoleniu, możliwość robienia notatek oraz zapewnienie odpowiedniej odległości do czytania wyświetlanej prezentacji.

W przypadku zapewnienia sali szkoleniowej przez zamawiającego szkolenie, odpowiedzialność za powyższe warunki spoczywa na zamawiającym. Wielkość sali powinna być dostosowana do liczby uczestników, zapewniając odpowiednią przestrzeń na każdego uczestnika, zgodnie z normami bezpieczeństwa (przykładowo, 1,5-2 m² na osobę).

Dla osób z niepełnosprawnościami sala szkoleniowa powinna obejmować podjazdy i windy, odpowiednio szerokie drzwi, przestrzeń umożliwiającą swobodne poruszanie się wózkami inwalidzkimi, przystosowane toalety, a także stanowiska dla osób z niepełnosprawnościami (np. stoły z regulowaną wysokością).

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, gry i filmy szkoleniowe, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania

Podczas szkolenia przewidziane są:

2 przerwy kawowe x 15 min

1 przerwa x 30 min

Rezerwacja i obsługa: Powinna być dostępna osoba odpowiedzialna za rezerwację i obsługę sali, gotowa do pomocy w przypadku problemów technicznych lub organizacyjnych podczas szkolenia (kontakt telefoniczny)

Sala szkoleniowa powinna zawierać:

- dostęp do światła dziennego
- bezpieczne i higieniczne warunki realizacji szkolenia
- regulaminy i instrukcje BHP, zasady ewakuacji, instrukcje bezpieczeństwa pożarowego

Przerwy oraz walidacja są wliczone w koszt usługi. Szkolenie realizowane jest w godzinach zegarowych.

Adres

ul. Jana Kilińskiego 1

27-500 Opatów

woj. świętokrzyskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Marcin Bielski

E-mail biuro@ordinat.pl

Telefon (+48) 533 335 610