



UNICO SP. Z O.O.



Unico Marketing: Skuteczne pozyskiwanie klientów i zarządzanie wizerunkiem marki – praktyczne szkolenie z tworzenia strategii marketingowo-sprzedażowej B2B i B2C

Numer usługi 2025/05/31/160223/2784740

📍 Poznań / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 34 h

📅 07.07.2025 do 10.07.2025

6 949,50 PLN brutto

5 650,00 PLN netto

204,40 PLN brutto/h

166,18 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie adresowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm, specjalistów ds. marketingu i sprzedaży oraz freelancerów, którzy samodzielnie odpowiadają za pozyskiwanie klientów i budowanie wizerunku marki. W szczególności przeznaczone jest dla osób działających w sektorze B2B lub obsługujących klientów indywidualnych, które chcą tworzyć skuteczne strategie marketingowe dopasowane do potrzeb swoich odbiorców.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	06-07-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	34
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

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego i skutecznego planowania oraz realizowania strategii marketingowo-sprzedażowej zorientowanej na klientów B2B i indywidualnych. Usługa prowadzi do tworzenia indywidualnej strategii pozyskiwania klientów z uwzględnieniem narzędzi CRM, automatyzacji oraz elementów storytellingu i branding.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Identyfikuje kluczowe elementy strategii marketingowo-sprzedażowej w relacji B2B i B2C.	– Wskazuje różnice między cyklem zakupowym klientów B2B i indywidualnych.	Test teoretyczny
	– Rozpoznaje elementy składające się na wartość oferty (value proposition).	Test teoretyczny
	– Określa etapy projektowania lejka decyzyjnego klienta.	Test teoretyczny
Dobiera odpowiednie kanały komunikacji do wybranej grupy docelowej.	– Wskazuje skuteczne kanały dotarcia dla klientów B2B i indywidualnych.	Test teoretyczny
	– Ocenia przydatność narzędzi takich jak CRM, newsletter, social media.	Test teoretyczny
	– Charakteryzuje cechy efektywnego komunikatu marketingowego.	Test teoretyczny
Tworzy spójny wizerunek marki wspierający proces sprzedaży.	– Wskazuje różnice między marką osobistą a firmową.	Test teoretyczny
	– Określa wpływ spójności wizerunku na decyzje zakupowe klientów.	Test teoretyczny
	– Rozpoznaje kluczowe elementy opisu bio i oferty firmy.	Test teoretyczny
	– Identyfikuje priorytety do wdrożenia w ciągu pierwszych 30 dni.	Test teoretyczny
Projektuje plan działań marketingowo-sprzedażowych w modelu 30-60-90 dni.	– Rozróżnia działania testowe od rozwojowych.	Test teoretyczny
	– Wskazuje narzędzia i metody do realizacji strategii w kolejnych etapach.	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, 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 koncentruje się na praktycznym rozwijaniu umiejętności pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych w kontekście spójnej strategii marketingowo-sprzedażowej. Uczestnik uczy się planować działania od analizy grup docelowych, przez projektowanie skutecznej komunikacji, po wdrażanie narzędzi marketingowych i zarządzanie wizerunkiem. Szkolenie łączy metody warsztatowe z konsultacjami indywidualnymi, a każdy moduł zakończony jest konkretnymi efektami do wdrożenia.

Dzień 1 Klient w centrum – podejście strategiczne

- Diagnoza aktualnej sytuacji: analiza mocnych i słabych stron działań marketingowo-sprzedażowych
- Segmentacja klientów B2B i indywidualnych: jak zrozumieć różne potrzeby i cykle zakupowe
- Projektowanie propozycji wartości (value proposition)
- Wprowadzenie do mapy empatii klienta i lejka decyzyjnego
- Opracowanie person klientów i ścieżek zakupowych
- Weryfikacja profilu klientów uczestnika

Dzień 2 Komunikacja i narzędzia w praktyce

- Kanały dotarcia do klientów – co działa w B2B, a co w relacjach indywidualnych
- Nowoczesne narzędzia wspierające sprzedaż (CRM, newslettery, social media, cold mailing)
- Tworzenie komunikatów opartych na storytellingu i wartościach
- Budowa lejka sprzedażowego i kampanii startowej
- Automatyzacja i standaryzacja działań: jak nie tracić czasu
- Audyt i rozwój obecnych kanałów komunikacji uczestnika

Dzień 3 Wizerunek, który wspiera sprzedaż

- Marka osobista i firmowa – jak je rozwijać i integrować
- Wpływ spójnego wizerunku na decyzje zakupowe klientów
- Tworzenie efektywnego bio, opisu firmy i oferty
- Mini audyt strony www, profilu LinkedIn, social media
- Plan uspołnienia wizerunku z procesem sprzedaży

Dzień 4 Strategia działania i wdrożenie

- Zintegrowanie wszystkich elementów – od profilu klienta po działania marketingowe
- Tworzenie indywidualnej strategii pozyskiwania klientów

- Opracowanie strategii 30-60-90 dni – co wdrożyć natychmiast, co przetestować, co rozwijać
- Symulacje: Rozmowy z klientami (B2B i indywidualnymi), prezentacja oferty, radzenie sobie z obiekcjami
- Feedback i plan dalszych działań

Podsumowanie

- Doprecyzowanie celów i priorytetów
- Analiza wypracowanych dokumentów i strategii
- Wskazówki rozwojowe na przyszłość

Walidacja efektów uczenia się

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 34 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia praktyczne: 16 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 18 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 Dzień 1. Diagnostyka sytuacji: analiza mocnych i słabych stron działań marketingowo-sprzedażowych (teoria)	Bartosz Radacz	07-07-2025	10:00	11:00	01:00
2 z 30 Dzień 1. Segmentacja klientów B2B i indywidualnych: jak zrozumieć różne potrzeby i cykle zakupowe (teoria)	Bartosz Radacz	07-07-2025	11:00	12:00	01:00
3 z 30 Dzień 1. Projektowanie propozycji wartości (value proposition) (teoria)	Bartosz Radacz	07-07-2025	12:00	13:00	01:00
4 z 30 Dzień 1. Przerwa	Bartosz Radacz	07-07-2025	13:00	13:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 30 Dzień 1. Wprowadzenie do mapy empatii klienta i lejka decyzyjnego (teoria)	Bartosz Radacz	07-07-2025	13:15	14:00	00:45
6 z 30 Dzień 1. Opracowanie person klientów i ścieżek zakupowych (praktyka)	Bartosz Radacz	07-07-2025	14:00	15:00	01:00
7 z 30 Dzień 1. Weryfikacja profilu klientów (praktyka)	Bartosz Radacz	07-07-2025	15:00	16:15	01:15
8 z 30 Dzień 2. Kanały dotarcia do klientów – co działa w B2B, a co w relacjach indywidualnych (teoria)	Bartosz Radacz	08-07-2025	10:00	11:00	01:00
9 z 30 Dzień 2. Nowoczesne narzędzia wspierające sprzedaż (teoria)	Bartosz Radacz	08-07-2025	11:00	12:00	01:00
10 z 30 Dzień 2. Tworzenie komunikatów opartych na storytellingu i wartościach (teoria)	Bartosz Radacz	08-07-2025	12:00	13:00	01:00
11 z 30 Dzień 2. Przerwa	Bartosz Radacz	08-07-2025	13:00	13:15	00:15
12 z 30 Dzień 2. Budowa lejka sprzedażowego i kampanii startowej (praktyka)	Bartosz Radacz	08-07-2025	13:15	14:00	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 30 Dzień 2. Automatyzacja i standaryzacja działań (praktyka)	Bartosz Radacz	08-07-2025	14:00	15:00	01:00
14 z 30 Dzień 2. Audyt i rozwój obecnych kanałów komunikacji uczestnika (praktyka)	Bartosz Radacz	08-07-2025	15:00	16:15	01:15
15 z 30 Dzień 3. Marka osobista i firmowa – jak je rozwijać i integrować (teoria)	Bartosz Radacz	09-07-2025	10:00	11:00	01:00
16 z 30 Dzień 3. Wpływ spójnego wizerunku na decyzje zakupowe klientów (teoria)	Bartosz Radacz	09-07-2025	11:00	12:00	01:00
17 z 30 Dzień 3. Tworzenie efektywnego bio, opisu firmy i oferty (praktyka)	Bartosz Radacz	09-07-2025	12:00	13:00	01:00
18 z 30 Dzień 3. Przerwa	Bartosz Radacz	09-07-2025	13:00	13:15	00:15
19 z 30 Dzień 3. Mini audyt strony www, profilu LinkedIn, social media (praktyka)	Bartosz Radacz	09-07-2025	13:15	14:00	00:45
20 z 30 Dzień 3. Plan uspoijnienia wizerunku z procesem sprzedaży (praktyka)	Bartosz Radacz	09-07-2025	15:00	16:15	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 30 Dzień 4. Zintegrowanie wszystkich elementów – od profilu klienta po działania marketingowe (teoria)	Bartosz Radacz	10-07-2025	10:00	11:00	01:00
22 z 30 Dzień 4. Tworzenie indywidualnej strategii pozyskiwania klientów (praktyka)	Bartosz Radacz	10-07-2025	11:00	12:00	01:00
23 z 30 Dzień 4. Opracowanie strategii 30-60-90 dni (praktyka)	Bartosz Radacz	10-07-2025	12:00	13:00	01:00
24 z 30 Dzień 4. Symulacje: Rozmowy z klientami (praktyka)	Bartosz Radacz	10-07-2025	13:00	14:45	01:45
25 z 30 Dzień 4. Przerwa	Bartosz Radacz	10-07-2025	14:45	15:00	00:15
26 z 30 Dzień 4. Feedback i plan dalszych działań (teoria)	Bartosz Radacz	10-07-2025	15:00	15:30	00:30
27 z 30 Dzień 4. Doprecyzowanie celów i priorytetów (teoria)	Bartosz Radacz	10-07-2025	15:30	16:30	01:00
28 z 30 Dzień 4. Analiza wypracowanych dokumentów i strategii (teoria)	Bartosz Radacz	10-07-2025	16:30	17:30	01:00
29 z 30 Dzień 4. Wskazówki rozwojowe na przyszłość (teoria)	Bartosz Radacz	10-07-2025	17:30	18:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
30 z 30 Dzień 4. Walidacja efektów uczenia się	Bartosz Radacz	10-07-2025	18:00	18:45	00:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 949,50 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 650,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	204,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	166,18 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Radacz

Bartosz Radacz to doświadczony specjalista w marketingu, sprzedaży i budowaniu relacji z klientami, który w ciągu ostatnich 5 lat zdobył praktyczne kompetencje niezbędne do prowadzenia szkoleń z zakresu strategii marketingowej, pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych. Jako Sales Manager w hotLead.pl (2022–2024) odpowiadał za generowanie leadów, zarządzanie procesami sprzedażowymi oraz rozwój strategii marketingowej i pozyskiwania klientów. Jego doświadczenie obejmuje również pracę jako Sales Specialist w GO4Robot (2021–2022), gdzie zajmował się negocjacjami i budowaniem ofert, a także pełnienie funkcji lidera w Studenckim Kole Naukowym ASAP, gdzie organizował wydarzenia edukacyjne i wspierał rozwój zespołu.

Bartosz ukończył zarządzanie strategiczne (mgr) w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu oraz zarządzanie i inżynierię produkcji (inż.) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Zdobył liczne certyfikaty, w tym Certyfikowanego Trenera Branżowych Symulacji Biznesowych, szkolenia z technik sprzedaży, personal branding oraz wykorzystania CRM.

Dzięki połączeniu praktycznej wiedzy, doświadczenia w sprzedaży oraz certyfikowanych umiejętności trenerskich Bartosz skutecznie prowadzi szkolenia, pomagając uczestnikom rozwijać efektywne strategie marketingowo-sprzedażowe i budować marki.

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.

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

Adres

ul. Elżbiety Drużbackiej 1A/1
60-745 Poznań
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Rafał Lisser

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771