



ZoeNet.CO Jędrzej
Halerz

★★★★★ 5,0 / 5

20 ocen

SOCIAL MEDIA – SPRZEDAŻ W BIZNESIE

Numer usługi 2025/07/25/167509/2902164

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🎓 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 07.08.2025 do 08.08.2025

2 560,00 PLN brutto

2 560,00 PLN netto

160,00 PLN brutto/h

160,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób indywidualnych, właścicieli małych i średnich przedsiębiorstw planujących rozwijać działalność przy pomocy social mediów, pracowników różnych branż, którzy chcą rozwijać swoje umiejętności w zakresie budowania marki w social mediach oraz wszystkich osób zainteresowanych rozwojem w zakresie social mediów.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	06-08-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
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

Uczestnicy szkolenia zdobędą praktyczną wiedzę i umiejętności niezbędne do efektywnego wykorzystania mediów społecznościowych w strategiach sprzedażowych. Celem jest nauczenie ich, jak budować silną obecność marki w sieci, angażować klientów oraz zwiększać sprzedaż poprzez skuteczne kampanie marketingowe. Uczestnicy poznają narzędzia analityczne, techniki tworzenia treści oraz strategie komunikacji, które pozwolą im lepiej dotrzeć do swojej grupy docelowej i zbudować trwałe relacje z klientami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wyjaśni kluczowe terminy i pojęcia związane z social mediami, takie jak engagement, reach, CTR (click-through rate), ROI (return on investment) itp	Uczestnik opisuje i prawidłowo używa terminy związane z social mediami	Test teoretyczny
Opracowuje kompleksową strategię social media, uwzględniającą cele biznesowe, analizę rynku, segmentację odbiorców oraz plan działań i harmonogram publikacji	Uczestnik rozpoznaje i wyjaśnia na czym polega kompleksowa strategia w social mediach - określa cele biznesowe oraz dokonuje analizy rynku	Wywiad swobodny
Analizuje dane z narzędzi analitycznych social media (np. Clarity, Twitter Analytics, Google Analytics) oraz tworzyć raporty, które prezentują wyniki działań i proponują rekomendacje na przyszłość	Uczestnik wskazuje dane i tworzy kompleksowe raporty o stanie faktycznym i prognozach	Wywiad swobodny
Tworzy, zarządza i optymalizuje kampanie reklamowe na platformach social media, z uwzględnieniem targetowania, budżetowania i analizy efektywności	Uczestnik przedstawia kampanie reklamowe po uwzględnieniu i przeanalizowaniu niezbędnych danych - optymalizuje oraz efektywnie zarządza stworzonymi kampaniami reklamowymi	Test teoretyczny
Wskazuje i stosuje zasady etyki oraz przepisy prawne związane z prowadzeniem działań w social media, w tym ochronę danych osobowych, prawa autorskie oraz regulaminy poszczególnych platform	Uczestnik stosuje się do odpowiednich regulacji prawnych w tym RODO, regulaminów platform	Test teoretyczny
Referuje, jak działania w social media wpisują się w szerszą strategię marketingową firmy i jak mogą wspierać inne kanały marketingowe	Uczestnik wymienia charakterystykę działania social mediów oraz ich rolę w strategii marketingowej firmy	Wywiad swobodny
Rozstrzyga dylematy związane z wykonywaniem pracy w SOCIAL MEDIA	Uczestnik wyznacza sobie cele i realizuje definiuje znaczenie komunikacji interpersonalnej, samokształcenia, rozwiązuje konflikt	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

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

Dzień 1: Fundamenty sprzedaży w social media + Content, który działa

1.1 Wprowadzenie: Social media jako kanał sprzedażowy

Dlaczego social media są dziś niezbędne w sprzedaży?

Rola marki osobistej i wizerunku w sieci

Przykłady skutecznych kampanii i działań

1.2 Wybór platformy i poznanie odbiorcy

Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok – co wybrać?

Tworzenie buyer persony

Lejek sprzedażowy w social mediach – od uwagi do zakupu

1.3 Strategia contentowa nastawiona na sprzedaż

Jakie treści sprzedają? (edukacyjne, emocjonalne, produktowe)

Storytelling, CTA i zasady psychologii wpływu

Tworzenie treści pod konkretne cele biznesowe

1.4 Praktyczne warsztaty i ćwiczenia

Opracowanie mini strategii contentowej

Pisanie skutecznych postów sprzedażowych

Analiza przykładów uczestników (lub case studies)

Dzień 2: Reklama, narzędzia i strategia działania

2.1 Podstawy reklamy płatnej (Meta Ads, LinkedIn Ads)

Budowa kampanii krok po kroku

Targetowanie, remarketing, budżet

Pixel Facebooka i integracja z www/sklepem

2.2 Automatyzacja i sprzedaż w praktyce

Chatboty, formularze, lead magnety

Jak „zamykać sprzedaż” przez social media?

Przykłady narzędzi (np. Manychat, Zapier, Bitly, Canva, Metricool)

2.3 Mierzenie efektów i optymalizacja

Kluczowe wskaźniki (KPI): zaangażowanie, konwersja, ROI

Analityka postów, kampanii, treści

Jak wyciągać wnioski i poprawiać skuteczność?

2.4 Warsztat strategiczny + Q&A

Opracowanie indywidualnej mini strategii działań social media

Konsultacje z trenerem

Sesja pytań i odpowiedzi, omówienie wyzwań uczestników

2.5. 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 Fundamenty sprzedaży w social media + Content, który działa	Jędrzej Halerz	07-08-2025	08:00	09:45	01:45
2 z 15 Przerwa kawowa	Jędrzej Halerz	07-08-2025	09:45	10:00	00:15
3 z 15 Wybór platformy i poznanie odbiorcy	Jędrzej Halerz	07-08-2025	10:00	12:00	02:00
4 z 15 Przerwa obiadowa	Jędrzej Halerz	07-08-2025	12:00	12:30	00:30
5 z 15 Strategia contentowa nastawiona na sprzedaż	Jędrzej Halerz	07-08-2025	12:30	14:00	01:30
6 z 15 Przerwa kawowa	Jędrzej Halerz	07-08-2025	14:00	14:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 15 Praktyczne warsztaty i ćwiczenia	Jędrzej Halerz	07-08-2025	14:15	16:00	01:45
8 z 15 Reklama, narzędzia i strategia działania	Jędrzej Halerz	08-08-2025	08:00	09:45	01:45
9 z 15 Przerwa kawowa	Jędrzej Halerz	08-08-2025	09:45	10:00	00:15
10 z 15 Automatyzacja i sprzedaż w praktyce	Jędrzej Halerz	08-08-2025	10:00	12:00	02:00
11 z 15 Przerwa obiadowa	Jędrzej Halerz	08-08-2025	12:00	12:30	00:30
12 z 15 Mierzenie efektów i optymalizacja	Jędrzej Halerz	08-08-2025	12:30	14:00	01:30
13 z 15 Przerwa kawowa	Jędrzej Halerz	08-08-2025	14:00	14:15	00:15
14 z 15 Warsztaty strategiczne + Q&A	Jędrzej Halerz	08-08-2025	14:15	15:45	01:30
15 z 15 Walidacja	-	08-08-2025	15:45	16:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 560,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 560,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	160,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	160,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jędrzej Halerz

Jędrzej Halerz – prezes firmy marketingowej specjalizującej się w kompleksowej obsłudze marek, planowaniu strategii komunikacyjnych oraz realizacji zintegrowanych kampanii 360°. Posiada wieloletnie doświadczenie w zarządzaniu projektami marketingowymi, obejmującymi zarówno działania ATL, BTL, jak i digital.

Odpowiadał za koncepcję i wdrożenie kampanii dla firm z różnych sektorów. Skutecznie łączy dane analityczne z insightami konsumenckimi, co przekłada się na wysoką efektywność prowadzonych działań.

Studiował psychologię w biznesie, co wzbogaca jego podejście o głębsze zrozumienie mechanizmów decyzyjnych i zachowań konsumentów. Specjalizuje się w optymalizacji komunikacji marki, projektowaniu lejków sprzedażowych oraz budowaniu strategii content marketingowej i performance marketingu.

Zarządza zespołami interdyscyplinarnymi i wdraża procesy oparte na KPI oraz mierzalnych celach marketingowych. Jego podejście łączy strategiczne myślenie, analitykę i kreatywność z orientacją na wyniki biznesowe klientów.

Posiada doświadczenie w szkoleniach w zakresie nowych technologii, marketingu i IT. Jest certyfikowaną jednostką szkoleniową.

W ciągu ostatnich 5 lat licząc od daty usługi, prowadzi szkolenia o tej samej oraz pokrewnej tematyce. Posiada ponad 120h doświadczenia w prowadzeniu szkoleń o podobnej tematyce w przeciągu ostatnich 24 miesięcy, liczone wstecz od rozpoczęcia szkolenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik z odpowiednim wyprzedzeniem otrzyma link do spotkania oraz identyfikator i kod dostępu. Zgodnie z wymaganiami, uczestnik szkolenia zobowiązany jest podać pełne imię i nazwisko podczas dołączania do szkolenia online. Hasło dostępu: Każda sesja Zoom powinna być zabezpieczona hasłem, które zostanie przekazane uczestnikom przed rozpoczęciem szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Ciche i dobrze oświetlone miejsce do udziału w szkoleniu. Miejsce, w którym uczestnik będzie uczestniczył w szkoleniu, powinno być dobrze oświetlone, aby zapewnić odpowiednią widoczność wideo. Zasilanie (pełna bateria lub dostęp do źródła prądu, aby uniknąć przerwania połączenia).

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 Szkolenie jest prowadzone w formie zdalnej.

Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

- 1) platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego będzie prowadzona usługa: zoom.us.
- 2) minimalne wymagania sprzętowe: Głośniki i mikrofon – wbudowane lub zewnętrzne, Kamera internetowa – wbudowana lub zewnętrzna, Komputer wyposażony w co najmniej 2 GB pamięci RAM. Procesor: minimalny pojedynczy rdzeń 1 GHz lub wyższy, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub wyższy (Intel i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD) System operacyjny jeden z wymienionych: macOS X z systemem macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10 (uwaga: w przypadku urządzeń z systemem Windows 10 muszą one działać w systemie Windows 10 Home, Pro lub Enterprise. Tryb S nie jest obsługiwany), Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z dodatkiem SP1 lub nowszym, Windows XP z dodatkiem SP3 lub nowszym, Ubuntu 12.04 lub wyższy, Mint17.1 lub wyższa, Red Hat Enterprise Linux 6.4 lub nowszy, Oracle Linux 6.4 lub nowszy, CentOS 6.4 lub wyższy, Fedora 21 lub nowsza, OpenSUSE 13.2 lub wyższy, ArchLinux (tylko 64-bit).
- 3) minimalne wymagania dot. parametrów łącza sieciowego: Łącze o przepustowości pobierania i wysyłania danych o prędkości: 5 Mb/s.
- 4) niezbędne oprogramowanie umożliwiające dostęp do prezentowanych treści i materiałów: - Zoom Client for Meetings - wersja 4.6.10 (20041.0408) lub wyższa albo - przeglądarka internetowa: Dla Windows: IE 11+, Edge 12+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Mac: Safari 7+, Firefox 27+, Chrome 30+ Dla Linux: Firefox 27+, Chrome 30+ 5) okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line: link do spotkania on-line jest ważny tylko w okresie trwania usługi (od momentu rozpoczęcia usługi do jej zakończenia).

Kontakt



Jędrzej Halerz

E-mail jedrzejhalerz@zoenet.co

Telefon (+48) 790 101 110