



FHU ORDINAT
MARCIN BIELSKI

★★★★★ 4,9 / 5

1 659 ocen

Szkolenie realizowane w ramach projektu „Postaw swój biznes na nogi”-Marketing kryzysowy w zarządzaniu reputacją marki

Numer usługi 2025/08/05/133960/2922852

📍 Opatów / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 13.08.2025 do 14.08.2025

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
Grupa docelowa usługi	Uczestnikami są firmy (oraz ich pracownicy), którzy przeżywają okresowe trudności gospodarcze. Odbiorcami szk. są właściciele oraz pracownicy mikro, małych i średnich przedsiębiorstw odpowiedzialni za komunikację marki, marketing lub PR. Szkolenie skierowane jest do osób chcących zdobyć praktyczne umiejętności w zakresie ochrony i odbudowy reputacji w sytuacjach kryzysowych. Uczestnikami mogą być zarówno specjaliści, jak i osoby samodzielnie zarządzające wizerunkiem firmy w kanałach online.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	12-08-2025
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 rozwinięcie praktycznych umiejętności w zakresie zarządzania reputacją marki w sytuacjach kryzysowych. Uczestnicy nauczą się monitorować opinie, identyfikować symptomy kryzysu, tworzyć plany działań

naprawczych, reagować na hejt i odbudowywać zaufanie klientów. Szkolenie uwzględni działania niskobudżetowe, narzędzia online oraz storytelling w marketingu kryzysowym.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje pojęcie reputacji marki i jej znaczenie w kryzysie	Charakteryzuje pojęcie reputacji i wskazuje jej znaczenie w sytuacji kryzysowej	Test teoretyczny
Charakteryzuje cykl życia kryzysu wizerunkowego	Analizuje etapy kryzysu od incydentu po odbudowę zaufania	Test teoretyczny
Rozróżnia działania komunikacyjne stosowane w różnych fazach kryzysu	Przyporządkowuje przykłady działań do etapu prewencji, reakcji lub odbudowy	Test teoretyczny
Identyfikuje źródła ryzyka reputacyjnego w internecie	Monitoruje potencjalne kanały eskalacji kryzysu i typy negatywnych treści	Test teoretyczny
Wskazuje darmowe i niskobudżetowe narzędzia do monitoringu reputacji	Dopasowuje narzędzia do rodzaju działań monitoringowych	Test teoretyczny
Ocenia reakcje komunikacyjne firmy w obliczu kryzysu	Analizuje przykładowe wypowiedzi i ocenia ich skuteczność komunikacyjną	Test teoretyczny
Projektuje plan działań kryzysowych dla małej firmy	Planuje cele, role, kanały, szablony odpowiedzi	Test teoretyczny
Ocenia efektywność działań naprawczych na podstawie wskaźników	Identyfikuje KPI służące do mierzenia skuteczności odbudowy reputacji	Test teoretyczny
Rozpoznaje znaczenie współpracy zespołowej w działaniach kryzysowych	Określa role i odpowiedzialności członków zespołu w planie zarządzania kryzysem	Test teoretyczny
Inicjuje działania sprzyjające odbudowie zaufania w relacjach z klientami	Planuje skuteczne sposoby komunikacji zwiększające wiarygodność firmy	Test teoretyczny
Uzasadnia potrzebę empatycznego podejścia w komunikacji kryzysowej	Dobiera uzasadnienie dla stosowania tonu wspierającego i zrozumienia w komunikatach	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

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: Reputacja jako kapitał marki – jak chronić i odbudowywać zaufanie w czasie kryzysu

Moduł 1: Co to jest reputacja marki i dlaczego marketing kryzysowy zaczyna się od zaufania

- Jak zaufanie klientów wpływa na przetrwanie firmy w kryzysie
- Cykl życia kryzysu wizerunkowego – od incydentu po odbudowę
- Różnica między „dobrą komunikacją” a „ratowaniem reputacji”

Moduł 2: Monitorowanie reputacji – jak wykrywać kryzysy zanim wybuchną

- Darmowe i tanie narzędzia do monitoringu opinii i komentarzy (Google Alerts, Brand24)
- Co i gdzie klienci naprawdę piszą o Twojej marce – analiza źródeł ryzyka
- Wczesne symptomy kryzysu – jak rozpoznać, że coś się dzieje

Moduł 3: Strategia komunikacji wizerunkowej w sytuacji kryzysowej

- Jak reagować, żeby nie pogorszyć sytuacji (do's & don'ts)
- Wzory odpowiedzi: neutralizacja hejtu, prostowanie nieprawdy, przyznanie się do błędu
- Jak mówić ludzkim językiem – komunikaty transparentne i empatyczne

Moduł 4: Tworzenie planu zarządzania reputacją marki

- Jak zbudować prosty plan działań kryzysowych nawet w małej firmie
- Podział ról i odpowiedzialności w zespole (nawet 1–2 osobowym)
- Szablon planu reakcji na sytuacje kryzysowe – narzędzie do użytku wewnętrznego

Dzień 2: Odbudowa reputacji po kryzysie – marketing kryzysowy w praktyce

Moduł 1: Opinie i recenzje – jak naprawiać wizerunek po fali hejtu

- Techniki pozyskiwania pozytywnych opinii po kryzysie
- Sposoby na neutralizowanie negatywnych komentarzy bez cenzury
- Case study: firmy, które skutecznie odbudowały ocenę i wizerunek

Moduł 2: Storytelling kryzysowy – jak opowiedzieć historię odbudowy

- Jak przekuć porażkę w siłę – opowieści, które budzą zaufanie
- Elementy skutecznej narracji: pokora, odpowiedzialność, działanie

-Kanały komunikacji: gdzie i kiedy publikować historię marki po kryzysie

Moduł 3: Marketing kryzysowy w kanałach online – działania niskobudżetowe

-Jak odbudować widoczność po kryzysie bez dużych wydatków

-Wykorzystanie social media, newsletterów i strony www w kampanii „reputacyjnej”

-Angażowanie społeczności lokalnej lub niszowej – mikroambasadorzy marki\

Moduł 4: Audyt reputacji

-Jak samodzielnie ocenić aktualny stan reputacji online

-Prosty kalendarz działań naprawczych – krok po kroku

-Jak mierzyć skuteczność działań – narzędzia i wskaźniki (KPI) dla mikro i małych firm

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 Moduł 1: Co to jest reputacja marki i dlaczego marketing kryzysowy zaczyna się od zaufania	Paweł Popławski	13-08-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	13-08-2025	11:00	11:15	00:15
3 z 15 Moduł 2: Monitorowanie reputacji – jak wykrywać kryzysy zanim wybuchną	Paweł Popławski	13-08-2025	11:15	13:00	01:45
4 z 15 przerwa obiadowa	Paweł Popławski	13-08-2025	13:00	13:30	00:30
5 z 15 Moduł 3: Strategia komunikacji wizerunkowej w sytuacji kryzysowej	Paweł Popławski	13-08-2025	13:30	15:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	13-08-2025	15:00	15:15	00:15
7 z 15 Moduł 4: Tworzenie planu zarządzania reputacją marki	Paweł Popławski	13-08-2025	15:15	17:00	01:45
8 z 15 Moduł 1: Opinie i recenzje – jak naprawiać wizerunek po fali hejtu	Paweł Popławski	14-08-2025	09:00	11:00	02:00
9 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	14-08-2025	11:00	11:15	00:15
10 z 15 Moduł 2: Storytelling kryzysowy – jak opowiedzieć historię odbudowy	Paweł Popławski	14-08-2025	11:15	13:00	01:45
11 z 15 przerwa obiadowa	Paweł Popławski	14-08-2025	13:00	13:30	00:30
12 z 15 Moduł 3: Marketing kryzysowy w kanałach online – działania niskobudżetowe	Paweł Popławski	14-08-2025	13:30	15:00	01:30
13 z 15 przerwa kawowa	Paweł Popławski	14-08-2025	15:00	15:15	00:15
14 z 15 Moduł 4: Audyt reputacji	Paweł Popławski	14-08-2025	15:15	16:45	01:30
15 z 15 Walidacja	-	14-08-2025	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 Flnat, 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 skryp

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 wózkiem inwalidzkim, przystosowane toalety, a także stanowiska dla osób z niepełnosprawnościami (np. stoły z regulowaną wysokością).

Informacje dodatkowe

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, 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