



A.S. Finance

Angelika

Stawrakakis

★★★★★ 5,0 / 5

153 oceny

Marketing i budowanie pozytywnego wizerunku poprzez Social Media.

Numer usługi 2025/08/06/171265/2925359

📍 Zbąszyń / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 29 h

📅 10.10.2025 do 12.10.2025

4 900,00 PLN brutto

4 900,00 PLN netto

168,97 PLN brutto/h

168,97 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane dla przedsiębiorców i osób zajmujących się marketingiem. Ma na celu wzbogacić wiedzę i umiejętności z zakresu budowania pozytywnego wizerunku firmy w marketingu oraz social media.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	09-10-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	29
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Marketing i budowanie pozytywnego wizerunku poprzez Social Media.” przygotowuje do samodzielnego tworzenia materiałów marketingowych zgodnie z wyznaczoną strategią marketingową firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje specyfikę jakości i wartości dla klientów	rozpoznaje, czego naprawdę oczekują klienci, wymienia zasady budowania konkurencyjności firmy	Test teoretyczny
Wykorzystuje szczegółową wiedzę nt. zachowań klientów	wymienia na co zwracają uwagę klienci, co jest dla nich ważne, jak reagują i jaki wachlarz możliwości jest dla nich odpowiedni.	Test teoretyczny
Poznał metody jak optymalizować świadczone usługi	wymienia zasady dostosowania oferty i działania do potrzeb klientów, zapewniając im satysfakcję i wzmacniając relacje. charakteryzuje wartość różnych opcji usług.	Test teoretyczny
Charakteryzuje metody zwiększania lojalności klientów.	poznał metodę RFM na proponowanie usług rozszerzonych, takich jak program lojalnościowy czy personalizowane porady, które pomogą budować lojalność klientów i zwiększać częstotliwość współpracy z nimi.	Test teoretyczny
Poznał skuteczne metody zarządzania marketingiem i relacjami z Klientem podczas jego obsługi.	Charakteryzuje model trzech poziomów wartości który pomoże również lepiej zarządzać swoją pracą i ułatwi projektowanie oferty i komunikację z klientami.	Test teoretyczny
Definiuje rodzaje social mediów i ich charakterystyki Definiuje rodzaje narzędzi wykorzystywanych do tworzenia treści w social mediach	Charakteryzuje podobieństwa i różnice pomiędzy poszczególnymi platformami	Test teoretyczny
	Omawia role relacji live, rolek	Test teoretyczny
	Charakteryzują rodzaje hashtagów	Test teoretyczny
	Charakteryzuje ważne wartości, które firma chce przekazywać klientom i wymienia sposoby ich podkreślenia w codziennej pracy.	Test teoretyczny
Wyjaśnia jak budowanie pozytywnego wizerunku wpływa na rozwój firmy w jej kluczowych aspektach.	Charakteryzuje zalety budowania pozytywnego wizerunku firmy wśród Klientów i możliwości jego budowania przez pracowników na każdym szczeblu.	Test teoretyczny
Charakteryzuje ważne aspekty pracy zespołowej i motywacji wewnątrz zespołu	Wymienia wartości jakimi powinni kierować się pracownicy aby budować silny i zmotywowany zespół.	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

Szkolenie liczone jest w godzinach dydaktycznych (45 minut).

Moduł I – Psychologia klienta – na co zwraca uwagę ?

- Marketing to emocje i percepcja – zarządzaj nimi strategicznie wchodząc w świat klienta
- **Neuromarketing** – zajrzemy do mózgu klienta i poznamy jego percepcję, na co patrzy i jak reaguje na komunikaty

Moduł II – Kształtowanie wartości dla klienta – za co naprawdę płaci odbiorca?

- Klientocentryzm – dlaczego tak ważny w 2024 r., czyli nie prowadzisz firmy i nie tworzysz oferty dla siebie
- Odpowiadanie na bóle, aspiracje klientów – co otwiera współpracę dla klienta, model propozycji wartości, **Value Proposition Osterwaldera**
- Jak budować przewagę konkurencyjną - model 3 poziomów produktu/usług **Kotlera** – czyli czym naprawdę różni się usługa w firmie A od usługi w firmie B
- Ćwiczenia praktyczne z ww. modelami

Moduł III Oferta to element marketingu – możesz nią zarządzać

- **Półki cenowe** – od ekonomicznej do ekskluzywnej, jak pozycjonujemy oferty w praktyce
- **Strategie marketingowe**
- **Rabaty i promocje** – jak robić je mądrze, cena wabiąca
- **Podnoszenie ceny oraz jakości usług** – zabójstwo, czy szansa dla firmy? Co mówią na ten temat badania?

Moduł IV Lojalizacja i dosprzedaż kluczem do zarabiania więcej

- **Cross-selling i up-selling** – sprzedaż dodatkowa i zwiększona wartość
- **Zasada dziurawego wiadra** – dlaczego nowy klient nie zawsze jest lepszy
- **Kształtowanie lojalności z modelem RFM** – klient korzysta z usług częściej, więcej, szybciej, strategiczne podejście do zwiększenia portfela przychodów na bazie obecnych klientów
- **Segmentacja** klientów i personalizacja dodatkowej oferty
- Warsztat praktyczny z modelem RFM

Moduł V Social Media i wewnętrzna motywacja

- Rodzaje Social Media
- Narzędzia wykorzystywane w marketingu
- Budowanie pozytywnego wizerunku a rozwój firmy i sukces osobisty w pracy
- Praca zespołowa i motywowanie od wewnątrz w codziennym funkcjonowaniu

Charakter szkolenia

- **Warsztatowy** – nie jest to pasywny wykład, ale prezentacja, dyskusja przeplatana case study, przykładami, wykonujemy praktyczne ćwiczenia w parach, podgrupach, na realnych case study
- **Interaktywny** – dyskusje z uczestnikami, zadawanie pytań, przytaczanie własnych doświadczeń mile widziane
- **Praktyczny i realny** – na przykładach trenera z życia wziętych z polskiego otoczenia biznesowego
- **Personalizowany i użyteczny** – ćwiczenia praktyczne odnoszą się do zaaplikowania wiedzy w pracę uczestników

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	4 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,97 PLN
Koszt osobogodziny netto	168,97 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksandra Andrzejak

Specjalista w zakresie marketingu i obsługi Klienta. Szkolenia prowadzi zarówno w języku polskim jak i angielskim. W ostatnich 5 latach oprócz szkoleń aktywnie pracuje w zawodzie świadcząc usługi marketingowe dla dużych i małych firm a także osób prywatnych. Właścicielka marki MOONly, poprzez swoje warsztaty i artykuły edukuje jak prawidłowo łączyć marketing i obsługę klienta, aby nawzajem się uzupełniały i przynosiły wymierne efekty. W ostatnich 5 latach brała udział w licznych kursach pogłębiając swoją wiedzę i doświadczenie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Wszystkie niezbędne materiały szkoleniowe takie jak: długopisy, notatniki, materiały do ćwiczeń zostaną zapewnione.

Szkolenie liczone jest w godzinach dydaktycznych (45 minut).

Zwolnienie z 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 warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2015 r. poz. 736 ze zm.) zwolniono od VAT usługi kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego, finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych.

Adres

Zbąszyń

Zbąszyń

woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Angelika Stawrakakis

E-mail a.stawrakakis@gmail.com

Telefon (+48) 880 492 551