



Mapowanie ścieżki konsumenta (consumer journey) - szkolenie

Numer usługi 2025/08/19/161607/2946415

3 567,00 PLN brutto
2 900,00 PLN netto
148,63 PLN brutto/h
120,83 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

8 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 29.09.2025 do 03.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- Pracownicy sektora komunikacji marketingowej zajmujący się projektowaniem i wdrażaniem innowacji w organizacjach, ze stażem max. 3 lat
- Pracownicy agencji reklamowych, działów marketingu, rozwoju i innowacji
- Liderzy zmian
- Menedżerowie i osoby zarządzające organizacją, którzy chcą zaadaptować swoją działalność do nowych warunków, by osiągnąć przewagę konkurencyjną, mierzyć doświadczenia i za pomocą consumer journey map tworzyć usługi i produkty
- Specjaliści ds. produktów, usług, doświadczeń klienta (Customer experience), którzy chcą optymalizować i zmieniać doświadczenia klienta i nimi zarządzać

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski Pociąg do Kariery

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

26-09-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

24

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do nauczenia się jak włączyć mapowanie ścieżki konsumenta do działań komunikacyjnych marki. Tworzenia value canvas i person, definiowania wyzwań projektowych, pracy z narzędziami do prototypowania. Samodzielnego budowania ścieżki konsumenta wskazując media, za pomocą których marka komunikuje się z konsumentem.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA:Identyfikuje i odwzorowuje ścieżkę interakcji klienta z marką, uwzględniając różnorodne kanały komunikacji na tej ścieżce.	charakteryzuje poszczególne etapy ścieżki interakcji klienta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
UMIEJĘTNOŚCI:tworzy Mapę ścieżki konsumenta (consumer Journey Map), określając czynniki, które zachęcają lub powstrzymują konsumenta na poszczególnych etapach ścieżki oraz wskazując środki (media), za pomocą których marka komunikuje się z konsumentem na poszczególnych etapach.	projektuje i realizuje mapę ścieżki konsumenta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: ustala cele i priorytety działania	ustala priorytety w działaniu przy projektowaniu i realizacji działań	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Analiza grupy celowej – 15min (teoria), 45 praktyka

- Definiowanie grupy celowej: zmienne demograficzne, psychograficzne i mediowe
- Research oraz narzędzia wspierające

Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - 30 min (teoria), 1h 30 min (praktyka)

- Definicja insightu konsumenckiego
- Przedstawienie jakie są rodzaje insightów i jak się różnicują. Jaką rolę pełnią w planowaniu komunikacji i za co odpowiadają.
- Jakie cechy powinien mieć dobry insight konsumencki.
- Najczęstsze błędy przy formułowaniu insightów.
- Etapy planowania strategii komunikacji, na których należy wdrożyć proces poszukiwania

Badania użytkowników – 1h (teoria)

Tworzenie person marketingowych – 2h 30 min (praktyka)

- Typy person, przydatne persons marketingowe
- Typowe błędy przy tworzeniu person
- Proces tworzenia osoby krok po kroku

Mapowanie consumer journey – 45 min teoria 2 h 45 min (praktyka)

- Job to be done – scenariusz consumer journey
- Identyfikacja etapów consumer journey
- Czynności i Touchpointy
- Oczekiwania, potrzeby, emocje
- Pain points

Rola Consumer Journey w komunikacji - 45 min (teoria)

Consumer journey loop w ujęciu mediowym - 1h teoria 6 h 5 min (praktyka)

- Consumer Journey Loop – przedstawienie koncepcji CJL oraz wpływającej z niej taktyki komunikacyjnej
- Rola mediów – omówienie roli poszczególnych klas mediów w ramach ich oddziaływania w CJL
- Przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie mapowania ścieżek wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Walidacja - test - 10 min

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia. Przerwy nie są uwzględnione w harmonogramie i nie wliczają się do czasu trwania szkolenia.

Szkolenie skierowane jest do:

- Pracownicy sektora komunikacji marketingowej zajmujący się projektowaniem i wdrażaniem innowacji w organizacjach, ze stażem max. 3 lat
- Pracownicy agencji reklamowych, działów marketingu, rozwoju i innowacji
- Liderzy zmian
- Menedżerowie i osoby zarządzające organizacją, którzy chcą zaadaptować swoją działalność do nowych warunków, by osiągnąć przewagę konkurencyjną, mierzyć doświadczenia i za pomocą consumer journey map tworzyć usługi i produkty

- Specjaliści ds. produktów, usług, doświadczeń klienta (Customer experience), którzy chcą optymalizować i zmieniać doświadczenia klienta i nimi zarządzać

Elementy praktyczne szkolenia obejmująm.in.:

- tworzenie person
- tworzenie mapy podróży konsumenta
- wykorzystanie narzędzi mediowych na różnych etapach zaangażowania konsumenta w markę

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Analiza grupy celowej - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	29-09-2025	10:00	10:15	00:15
2 z 14 Analiza grupy celowej - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	29-09-2025	10:15	11:00	00:45
3 z 14 Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - rozmowa na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	29-09-2025	11:00	11:30	00:30
4 z 14 Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	29-09-2025	11:30	13:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 14 Badania użytkowników - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	30-09-2025	10:00	11:00	01:00
6 z 14 Tworzenie person marketingowych - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	30-09-2025	11:00	13:00	02:00
7 z 14 Tworzenie person marketingowych - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	01-10-2025	10:00	10:30	00:30
8 z 14 Mapowanie consumer journey - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	01-10-2025	10:30	11:15	00:45
9 z 14 Mapowanie consumer journey - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	01-10-2025	11:15	14:00	02:45
10 z 14 Rola Consumer Journey w komunikacji - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	02-10-2025	10:00	10:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 14 Consumer journey loop wzięciu mediowym - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	02-10-2025	10:45	11:45	01:00
12 z 14 Consumer journey loop wzięciu mediowym - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	02-10-2025	11:45	14:00	02:15
13 z 14 Consumer journey loop wzięciu mediowym - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Bartek Sikora	03-10-2025	10:00	13:50	03:50
14 z 14 Walidacja test	-	03-10-2025	13:50	14:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 567,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	148,63 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartek Sikora

Ekspert w dziedzinie digital marketingu, związany z branżą reklamy online od 2006 roku. Doradzał przy tworzeniu strategii marketingowych i realizacji działań komunikacyjnych klientom takim jak Ford, Heinz, BP, Castrol, Nike, Unilever, PKO BP, KIA, Maspex, Ubisoft czy Lufthansa. Skutecznie wprowadzał nowe platformy i narzędzia komunikacyjne oparte o rozwiązania cyfrowe. Laureat wielu nagród, w tym Mixx Awards, Effie i Golden Arrow. Wielokrotnie występował jako prelegent na kluczowych konferencjach branżowych, m.in. Forum IAB, Internet Beta, In Digital Marketing. Staż szkoleniowy w zakresie mapowania ścieżki konsumenta wynosi ponad 50 godzin. Wykształcenie wyższe. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

oraz zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecana literatura:

1. Marketing – at the Heart of E-Business, Oxford 2012
2. Seth Godin, Purple Cow: Transform Your Business by Being Remarkable, 2005
3. Seth Godin, This is Marketing: You Can't Be Seen Until You Learn To See, 2018
4. W. Chan Kim, Blue Ocean Strategy, Expanded Edition

REPORTS:

1. Double Verify, Global Insights Report 2021, 2021
2. IAB Europe, ADEX Benchmark 2020 Study, 2021
3. Meetrics, Benchmark Report Q3 2021, 2021
4. <https://boosted.lightricks.com/what-is-digital-advertising-a-comprehensive-guide/>
5. <https://99designs.com/blog/marketing-advertising/digital-advertising/>
6. <https://www.emazzanti.net/digital-advertising-basics/>
7. <https://www.klipfolio.com/resources/kpi-examples/digital-marketing>
8. <https://www.convinceandconvert.com/digital-marketing/10-simple-and-reliable-digitalmarketing-metrics/>
9. <https://www.thebalancesmb.com/let-s-ask-the-basic-question-what-is->
10. <https://www.visiture.com/blog/ecommerce-basics-9-essential-elements-forecommercsuccess/>

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z możliwością dofinansowania jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599