



Stosowanie „consumer insight” w komunikacji marketingowej - szkolenie

Numer usługi 2025/08/19/161607/2946591

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

8 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 10 h

📅 07.11.2025 do 07.11.2025

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Osoby chcące rozwinąć kompetencje w zakresie consumer insight, a w szczególności:

- brand managerowie, pracownicy agencji marketingowych i komunikacyjnych, domów mediowych, agencji badawczych, właściciele firm
- profesjonaliści pracujący z marką, którzy chcą rozwinąć swoje umiejętności strategiczne,
- pracownicy sektora, dysponujące co najmniej 3-letnim doświadczeniem w pracy z marką, w komunikacji, kreacji i innych pokrewnych obszarach, które chcą się uczyć, poznawać nowe punkty widzenia.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

06-11-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania procesu poszukiwania insightów stosując techniki ich generowania. Wyszukiwania informacji o konsumentach z pomocą narzędzi internetowych, wykorzystując metody badawcze i obserwacje. Do oceny insightów względem ich wiarygodnych kryteriów, testowania insightów z użyciem odpowiednich technik.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą i umiejętnościami z zakresu planowania procesu poszukiwania insightów oraz stosowania techniki ich generowania	Samodzielnie planuje proces poszukiwania insightów oraz stosuje techniki ich generowania.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wykorzystuje metody badawcze i obserwacje, a także posługuje się narzędziami internetowymi do wyszukiwania informacji o konsumentach	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Ocenia insighty pod kątem ich prostoty, istotności, emocjonalności, powszechności, wiarygodności oraz prawdziwości.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje techniki testowania insightów.	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

Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji marketingowej 1h 20 min (teoria)

- 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 insightów.

Planowanie poszukiwań: na jakie fazy podzielić proces poszukiwania insightu jakie są ich cele i jakie przeszkody napotkamy w trakcie każdej z nich. 1h 30 min (teoria)

Narzędzia poszukiwania insightów 3 h (praktyka)

- Samodzielne metody poznawcze – w jaki sposób możemy sami poszukiwać insightów za pomocą prostej analizy strategicznej i researchu on-line.
- Metody płatne: Jakie płatne metody poszukiwania insightów możemy zastosować, jakie są ich rodzaje i od czego uzależnić wykorzystanie konkretnej metody.
- Wywiady pogłębione
- Dzień z konsumentem
- Badania ilościowe

Ewaluacja insightów 1h 30 min (praktyka)

- Mapowanie znalezionych insightów i wartościowanie ich pod kątem przydatności do dalszego wykorzystania i efektywności w komunikacji. Określanie ich impaktowości i potencjału do komunikacji

Walidacja - test - 10 min

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowo i nieprawidłowo sformułowanych insightów wraz z omówieniem skuteczności i efektywności kampanii na nich opartych.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Osoby chcące rozwinąć kompetencje w zakresie consumer insight, a w szczególności:

- brand managerowie, pracownicy agencji marketingowych i komunikacyjnych, domów mediowych, agencji badawczych, właściciele firm
- profesjonaliści pracujący z marką, którzy chcą rozwinąć swoje umiejętności strategiczne,
- pracownicy sektora, dysponujące co najmniej 3-letnim doświadczeniem w pracy z marką, w komunikacji, kreacji i innych pokrewnych obszarach, które chcą się uczyć, poznawać nowe punkty widzenia.

Ćwiczenia praktyczne będą obejmować m.in.:

1. Wspólna dyskusja o cechach insightu
2. Wypełnianie briefu badawczego
3. Wspólna ewaluacja wcześniej przygotowanych insightów.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 5 Consumer Insight – definicja i rola w komunikacji marketingowej, teoria	Jacek Szostak	07-11-2025	09:00	10:20	01:20
2 z 5 Planowanie poszukiwań	Jacek Szostak	07-11-2025	10:20	11:50	01:30
3 z 5 Narzędzia poszukiwania insightów, teoria	Jacek Szostak	07-11-2025	11:50	14:50	03:00
4 z 5 Ewaluacja insightów, teoria, ćwiczenia	Jacek Szostak	07-11-2025	14:50	16:20	01:30
5 z 5 walidacja - test	-	07-11-2025	16:20	16:30	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1



Jacek Szostak

Trener DIMAQ i doświadczony innowator z udokumentowaną historią pracy w branży marketingowej i reklamowej. Specjalista w zakresie strategii, mediów, badań rynku i operacji/procesów biznesowych. Profesjonalista z bogatym doświadczeniem praktycznym. Jego staż szkoleniowy w zakresie problematyki insightów to 75 godz. Capability Development - właściciel - gru 2019 - obecnie Publicis Groupe, Head of Capability Team - gru 2018 - maj 2020 Publicis Media, Capability Development Manager - marzec 2017 - gru 2018 Starcom, Senior Digital Communications Coordinator - 2015 - 2017 Senior Digital Planner - 2013 - 2015. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymują:

- 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.

Jak również materiały filmowe pozwalające na obserwację FGI poświęconego poszukiwaniu/testowaniu insightów.

Warunki uczestnictwa

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

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem 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