



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5
1 561 ocen

Szkolenie MARKETING AUTOMATION. Automatyzacja procesów marketingowych krok po kroku. E-mail marketing po mistrzowsku. Jak zarabiać na zautomatyzowanym newsletterze i budować bazę odbiorców? [Bony rozwojowe]

Numer usługi 2025/08/20/118911/2950146

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 24.01.2026 do 25.01.2026

1 440,00 PLN brutto

1 440,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Identyfikatory projektów

Małopolski Pociąg do kariery

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest dla Ciebie, jeśli jesteś:

- Uczestników projektu Kierunek-Rozwój
- Uczestników projektu Bony rozwojowe
- Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE
- Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1" i/lub dla Uczestników Projektu "Nowy start w Małopolsce z EURESem".
- Specjalistą ds. komunikacji
- Osobą odpowiedzialną za strategię marketingowe online
- Przedsiębiorcą lub właścicielem firmy
- Wyszczególnionych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce
- Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.

Szkolenie jest dedykowane zarówno dla osób początkujących w temacie marketing automation, jak i tych, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w zakresie bardziej skomplikowanych strategii i narzędzi automatyzacji marketingowej.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

23-01-2026

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa prowadzi do samodzielnego planowania i tworzenia procesów marketing automation przy wykorzystaniu dedykowanych programów. Celem usługi jest zdobycie wiedzy i umiejętności z zakresu e-mail marketingu, które pomogą w samodzielnym budowaniu grupy docelowej i wysyłaniu do nich newslettera.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rola e-mail marketingu i automatyzacji.	Analizuje audyt celem oceny potencjału wprowadzenia	Test teoretyczny
	Definiuje dostępne narzędzia na rynku.	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zalety, wady i możliwości każdego narzędzia oraz praktyczne wskazówki dotyczące wyboru odpowiednich rozwiązań dla Twojej firmy.	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?

Program

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym realizowana jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczbę godzin praktycznych: 12h

Liczna godzin teoretycznych: 4h

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

I DZIEŃ

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

Blok I-Wprowadzenie do automatyzacji marketingu- teoria- rozmowa na żywo

- Definicja i rola automatyzacji marketingu
- Fakty i mity o marketing automation
- Analiza i audyt celem oceny potencjału wprowadzenia automatyzacji
- Omówienie zalet, wad i możliwości każdego narzędzia oraz praktyczne wskazówki dotyczące wyboru odpowiednich rozwiązań dla Twojej firmy.
- Korzyści z wdrożenia marketing automation

Blok II-Narzędzia do automatyzacji marketingu- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Przegląd wybranych narzędzi na rynku
- Jak wybrać odpowiednią platformę?
- Praktyczne wskazówki do opracowywania spersonalizowanej strategii automatyzacji marketingu.
- Personalizacja dynamiczna

Blok III- Automatyzacja social media- praktyka- ćwiczenia

- Wykorzystanie narzędzi do planowania i publikowania treści - (m.in. HootSuite, soTrender, ManyChat)
- Monitorowanie i reagowanie na interakcje
- Integracja narzędzia marketing automation z Meta i Google Ads

Blok IV-Case studies i best practices. Raportowanie, testowanie, optymalizacja - praktyka- ćwiczenia

I część - Case studies i best practices

- Przykładowe ścieżki i procesy
- Tworzenie sekwencji maili i bardziej zaawansowanych workflow
- Najlepsze praktyki w automatyzacji marketingu

II część - Raportowanie, testowanie, optymalizacja

- Znaczenie testów A/B w procesach marketing automation
- Retencja klienta i strategię utrzymania klienta
- Automatyzacja obsługi posprzedażowej
- Wykorzystanie analizy predykcyjnej w marketingu

II DZIEŃ

Blok I- E-mail marketing a automatyzacja. Jak budować listę subskrybentów? Jak tworzyć angażujący content w kampaniach e-mail marketingowych? Teoria-rozmowa na żywo

I część - E-mail marketing a automatyzacja

- Rola e-mail marketingu i automatyzacji.
- Analiza i audyt celem oceny potencjału wprowadzenia automatyzacji.
- Przegląd dostępnych narzędzi na rynku.
- Omówienie zalet, wad i możliwości każdego narzędzia oraz praktyczne wskazówki dotyczące wyboru odpowiednich rozwiązań dla Twojej firmy.

II część - Jak budować listę subskrybentów?

- Strategie pozyskiwania subskrybentów
- Data Ethics - jak gromadzić dane w sposób etyczny?
- Higiena bazy i jej bezpieczeństwo
- Budowa skutecznego formularza zapisu - dobre praktyki

Blok II - Jak tworzyć angażujący content w kampaniach e-mail marketingowych? Personalizacja, segmentacja i monetyzacja - teoria + praktyka

I część Jak tworzyć angażujący content w kampaniach e-mail marketingowych?

- Psychologia czytelnika e-maili
- Sekrety copywritingu w e-mail marketingu I formy komunikacji z klientem
- Przykłady newsletterów, mailingów i wiadomości transakcyjnych. Przegląd trendów.
- Elementy kreacji e-mail.
- Jak nie trafić do spamu?

II część - Personalizacja, segmentacja i monetyzacja

- Zrozumienie roli personalizacji w e-mail marketingu
- Sposoby segmentacji bazy
- Scoring i predykcje oparte na sztucznej inteligencji
- Potencjał kampanii automatycznych. Jak zarabiać na „newsletterze”?

Blok III -Testowanie, optymalizacja i analiza danych - teoria+ rozmowa na żywo

- Kiedy wysyłać e-maile? Znaczenie grup kontrolnych i testów A/B w działaniach marketingowych.
- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w e-mail marketingu.
- Optymalizacja kampanii, dzięki danym.
- Trendy w działaniach analitycznych - kierunki rozwoju

Blok IV- Newsletter krok po kroku - warsztat na wybranym narzędziu (MailChimp, Get Response) - ćwiczenia

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Test walidacyjny przed szkoleniem	-	24-01-2026	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 14 Blok I- Wprowadzenie do automatyzacji marketingu- teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Szmidt	24-01-2026	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 min	Magdalena Szmidt	24-01-2026	10:00	10:30	00:30
4 z 14 Blok II- Narzędzia do automatyzacji marketingu- teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Szmidt	24-01-2026	10:30	12:00	01:30
5 z 14 Przerwa 15 min	Magdalena Szmidt	24-01-2026	12:00	12:15	00:15
6 z 14 Blok III- Automatyzacja social media- praktyka- ćwiczenia	Magdalena Szmidt	24-01-2026	12:15	13:45	01:30
7 z 14 Blok IV- Case studies i best practices. Raportowanie, testowanie, optymalizacja - praktyka- ćwiczenia	Magdalena Szmidt	24-01-2026	13:45	15:15	01:30
8 z 14 Blok I- E-mail marketing a automatyzacja. Jak budować listę subskrybentów? Jak tworzyć angażujący content w kampaniach e-mail marketingowych? Teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Szmidt	25-01-2026	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 min	Magdalena Szmidt	25-01-2026	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 14 Blok II - Jak tworzyć angażujący content w kampaniach e-mail marketingowych? Personalizacja, segmentacja i monetyzacja - teoria + praktyka	Magdalena Szmidt	25-01-2026	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 15 min	Magdalena Szmidt	25-01-2026	12:00	12:15	00:15
12 z 14 Blok III - Testowanie, optymalizacja i analiza danych - teoria+ rozmowa na żywo	Magdalena Szmidt	25-01-2026	12:15	13:45	01:30
13 z 14 Blok IV- Newsletter krok po kroku - warsztat na wybranym narzędziu (MailChimp, Get Response) - ćwiczenia	Magdalena Szmidt	25-01-2026	13:45	15:00	01:15
14 z 14 Test walidacyjny po szkoleniu	-	25-01-2026	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 440,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Szmidt

Posiada wykształcenie wyższe. Absolwentka Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych Uniwersytetu Warszawskiego specjalizacja: marketing polityczny.

Ekspertka online marketingu, specjalizująca się w obszarze automatyzacji marketingu i social media z ponad 13-letnim doświadczeniem w branży.

Jako Specjalista ds. Marketing Automation w TVN.Warner Bros.Discovery projektuje efektywne ścieżki anti-churnowe, wykorzystując narzędzia marketing automation, opierając się na analizie danych i testach A/B.

Prowadzi własną działalność od 2017 roku. Wspiera małych i średnich przedsiębiorców w budowie wizerunku online. Praktyczne doświadczenie przekłada na prelekcje na konferencjach, np. Social Media Best Practices 2023 zorganizowanej przez Puls Biznesu oraz na blogu: <https://magdalenaszmidt.com/blog/> , gdzie dzieli się wiedzą z obszaru mediów społecznościowych, automatyzacji marketingu, marketingu politycznego oraz fotografii.

Najnowsza publikacja na łamach branżowego medium to artykuł na temat potencjału Big Data w e-mail marketingu: <https://nowymarketing.pl/a/37254,mailing-is-dead-not-anymore-o-potencjale-big-data-w-e-mail-marketingu>

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- e-book w formacie pdf zawierający materiały z prezentacji
- bibliografia w postaci polecanych materiałów, książek oraz artykułów

Warunki uczestnictwa

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrzuła wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

Jak się przygotować do szkolenia aby było dla Ciebie jeszcze bardziej efektywne?

- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet lub telefon.

Warunki techniczne

Rekomendowane warunki techniczne:

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.

Instrukcja “Jak korzystać z programu Clickmeeting” znajduje się na stronie:

- **w formie filmu instruktażowego:**
<https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>
- **w formie Instrukcji pdf na stronie**
<https://digitalbrand.com.pl/>

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506