



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

271 ocen

**Unico Marketing: Silna marka osobista w kanałach społecznościowych i lokalnie. Strategia działań i komunikacji marki. Wyróżniki i grupa docelowa. Szkolenie zaawansowane dla firm lokalnych i marek osobistych z Moniką Run.**

Numer usługi 2025/08/28/160223/2969058

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 22.09.2025 do 25.09.2025

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

156,25 PLN brutto/h

156,25 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

|                                 |                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                               |
|---------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|
| Kategoria                       | Biznes / Marketing                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| Grupa docelowa usługi           | Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli lokalnych firm, osób budujących markę osobistą, freelancerów, trenerów, twórców internetowych, a także przedstawicieli organizacji NGO, którzy chcą samodzielnie i świadomie projektować komunikację swojej marki w internecie i przestrzeni lokalnej. Uczestnikami mogą być zarówno osoby początkujące, jak i te, które posiadają już podstawową obecność w mediach społecznościowych, ale potrzebują spójnej i strategicznej struktury działań. |
| Minimalna liczba uczestników    | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Maksymalna liczba uczestników   | 1                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                             |
| Data zakończenia rekrutacji     | 21-09-2025                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                    |
| Forma prowadzenia usługi        | zdalna w czasie rzeczywistym                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                  |
| Liczba godzin usługi            | 32                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                                            |
| 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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego i skutecznego projektowania oraz wdrażania strategii marki osobistej i lokalnej w kanałach online i offline. Szkolenie prowadzi do praktycznego zastosowania narzędzi komunikacji marketingowej, analizy grupy docelowej i wyróżników marki, a także budowania spójnego wizerunku marki z uwzględnieniem misji, wartości i celów strategicznych.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                      | Kryteria weryfikacji                                                                            | Metoda walidacji                    |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------------------------------------------------------------------|-------------------------------------|
| Analizuje kluczowe elementy strategii marki osobistej i lokalnej.                       | – Identyfikuje misję i wizję marki z wykorzystaniem modelu złotego kręgu.                       | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Wskazuje cele strategiczne obecności marki w wybranych kanałach komunikacji.                  | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Rozróżnia archetypy marki oraz przypisuje im właściwe cechy.                                  | Wywiad ustrukturyzowany             |
| Charakteryzuje grupę docelową marki i projektuje komunikację dopasowaną do jej potrzeb. | – Wskazuje cechy i potrzeby idealnego klienta oraz osoby spoza grupy docelowej.                 | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Opisuje punkty styku odbiorcy z marką i ich znaczenie w strategii.                            | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Rozpoznaje i klasyfikuje potencjalne wyróżniki marki (np. styl komunikacji, misja, branding). | Obserwacja w warunkach symulowanych |
| Wskazuje wyróżniki marki i planuje ich komunikację jako przewagi konkurencyjnej.        |                                                                                                 | Wywiad swobodny                     |
|                                                                                         | – Przypisuje wyróżniki do konkretnych form treści w social media.                               | Obserwacja w warunkach symulowanych |
|                                                                                         |                                                                                                 | Wywiad swobodny                     |
| Dobiera narzędzia i działania komunikacyjne do skutecznej promocji marki.               | – Ocenia przydatność wyróżników w komunikacji online i offline.                                 | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Wskazuje odpowiednie kanały komunikacji dla danej grupy docelowej.                            | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Rozróżnia rodzaje publikacji i ich zastosowanie (teksty, karuzele, live).                     | Wywiad ustrukturyzowany             |
|                                                                                         | – Opisuje sposób działania algorytmów social media i ich wpływ na zasięgi.                      | Wywiad ustrukturyzowany             |

# 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

#### Ty i Marka – uwierz w swój potencjał

- Twoje doświadczenie, talenty, energia, jako fundament w biznesie.
- Rozpiszemy atuty, mocne strony i talenty właściciela marki. Pracujemy nad rozwojem biznesu na tych filarach.
- Sposoby na skuteczne działanie w swoim biznesie bez prokrastynacji i syndromu oszusta.
- Praca warsztatowa: poznanie mocnych stron, talentów, wartości właściciela marki.

#### Strategia – plan skutecznych działań marki

- Analiza strategii marki.
- Autentyczna misja i wizja marki. Poznanie złotego kręgu w biznesie (Twoja misja i Twoje „dlaczego” w działaniach biznesowych). Tajemnica „złotego kręgu” w biznesie.
- Poznaj archetypy marki i zacznij świadomie wykorzystywać swoje wartości w komunikacji z odbiorcami (poznanie koła archetypów i cech archetypów).
- Marka i jej cele. Cele strategiczne obecności marki w kanałach social media, e-mail marketingu, w działaniach lokalnych.

### Dzień 2

#### Grupa docelowa marki

- Grupa docelowa marki.
- Kim są Twoi idealni klienci. Kto na pewno nie jest Twoim idealnym klientem.
- Punkty styku odbiorcy z marką.
- Problemy, obiekcje, pytania osób z grupy docelowej.
- Analiza potrzeb grupy docelowej (jak przygotowywać ankiety, jak je czytać, analizować oraz wprowadzać wnioski w życie).
- Jak mogę pomóc swoimi produktami, usługami rozwiązać realne problemy grupy docelowej. Praca z przykładami.

#### Wyróżniki marki, jako element przewagi rynkowej

- Wyróżniki marki (na rynku stacjonarnym i online).
- Znajdziemy wyróżniki oraz wyeksponujemy je w komunikacji z odbiorcami. Czy wyróżnikiem będzie misja marki, a może styl komunikacji, branding marki, logo, spersonalizowana oferta?

### Dzień 3

#### Komunikacja z odbiorcami

- Skrócony audyt profili marki (Fb, Ig, Wizytówka Google).
- Znalezienie unikatowego sposobu komunikacji i kontaktu z odbiorcami.
- Kanały komunikacji (Fb, Ig, Lkdn, Wizytówka Google).
- Jak zwiększyć zaangażowanie na profilach marki. Działanie algorytmu. Zastosowanie Many Chat.
- Wybranie najsukcesowniejszego sposobu komunikacji z grupą docelową (wideo, teksty, karuzele, live).
- Publikacje na profilach marki (zastosowanie storytellingu, dni i godziny publikacji).

#### **Konkurencja – czy znasz jej schemat działania**

- Dlaczego powinieneś poznać rynek oraz konkurencję w swojej branży.
- Analiza rynku usług danej branży (Przykłady firm i marek).
- Audyt jednego profilu z branży.

#### **Automatyzacja – skuteczne narzędzie do zwiększenia efektywności pracy**

- Many Chat
- Przygotowanie szablonów maili, zapytań, jako sposób na zaoszczędzenie czasu.
- Podstawy pracy z CHAT GPT w biznesie (zastosowanie AI w biznesie – podstawy, formułowanie skutecznych promptów).
- Ankiety satysfakcji.

#### **Reklama jako element strategii**

- Reklama organiczna i płatna jako element strategii marki.
- Przygotujemy post i grafikę do potrzeb reklamy płatnej.

#### **Dzień 4**

##### **Wydarzenia stacjonarne**

- Networking, wydarzenia lokalne, warsztaty jako sposób na zbudowanie rozpoznawalności marki, firmy lokalnej, organizacji NGO.
- Etapy planowania wydarzenia stacjonarnego.
- Pozyskiwanie sponsorów.
- Materiały promocyjne marki (baner, wizytówki, oferta, gadzety firmowe).
- Sposoby dotarcia do klientów na obszarze lokalnym.
- Promocja wydarzenia.

##### **Walidacja efektów uczenia się**

---

- *Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny*
- *Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.*
- *Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.*
- *Usługa realizowana jest w 32 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).*
- *Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.*
- *Zajęcia praktyczne: 11 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 21 godzin dydaktycznych*
- *Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.*
- *Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.*

## **Harmonogram**

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                                    | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>1 z 16</b> Dzień 1. Ty i Marka – uwierz w swój potencjał (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                              | Monika Run | 22-09-2025            | 10:00               | 12:00               | 02:00         |
| <b>2 z 16</b> Dzień 1. Praca warsztatowa: poznanie mocnych stron, talentów, wartości właściciela marki (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Monika Run | 22-09-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>3 z 16</b> Dzień 1. Przerwa                                                                                                                             | Monika Run | 22-09-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |
| <b>4 z 16</b> Dzień 1. Strategia – plan skutecznych działań marki (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                        | Monika Run | 22-09-2025            | 13:15               | 16:15               | 03:00         |
| <b>5 z 16</b> Dzień 2. Grupa docelowa marki (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                                              | Monika Run | 23-09-2025            | 10:00               | 13:00               | 03:00         |
| <b>6 z 16</b> Dzień 2. Przerwa                                                                                                                             | Monika Run | 23-09-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                                                              | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>7 z 16</b> Dzień 2.<br>Wyróżniki marki jako element przewagi rynkowej (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                           | Monika Run | 23-09-2025            | 13:15               | 15:00               | 01:45         |
| <b>8 z 16</b> Dzień 2.<br>Warsztat: znajdź wyróżniki i wyeksponuj je w komunikacji (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu               | Monika Run | 23-09-2025            | 15:00               | 16:15               | 01:15         |
| <b>9 z 16</b> Dzień 3.<br>Komunikacja z odbiorcami (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                                                 | Monika Run | 24-09-2025            | 10:00               | 13:00               | 03:00         |
| <b>10 z 16</b> Dzień 3.<br>Przerwa                                                                                                                   | Monika Run | 24-09-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |
| <b>11 z 16</b> Dzień 3.<br>Konkurencja – czy znasz jej schemat działania (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu                         | Monika Run | 24-09-2025            | 13:15               | 14:30               | 01:15         |
| <b>12 z 16</b> Dzień 3.<br>Automatyzacja – skuteczne narzędzie do zwiększenia efektywności pracy (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Monika Run | 24-09-2025            | 14:30               | 16:15               | 01:45         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                       | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---------------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>13 z 16</b> Dzień 4.<br>Reklama jako element strategii (praktyka)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Monika Run | 25-09-2025            | 10:00               | 13:00               | 03:00         |
| <b>14 z 16</b> Dzień 4.<br>Przerwa                                                                            | Monika Run | 25-09-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |
| <b>15 z 16</b> Dzień 4.<br>Wydarzenia stacjonarne (teoria)   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu           | Monika Run | 25-09-2025            | 13:15               | 15:30               | 02:15         |
| <b>16 z 16</b> Dzień 4.<br>Walidacja efektów uczenia się   Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu             | -          | 25-09-2025            | 15:30               | 16:15               | 00:45         |

## Cennik

### Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 5 000,00 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 5 000,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 156,25 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 156,25 PLN   |

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Monika Run

Trener i szkoleniowiec, posiadający wiedzę, wieloletnie doświadczenie oraz pasję do prowadzenia szkoleń grupowych oraz indywidualnych.

W teście Gallupa TOP 5 Moniki to: Uczenie się, Rozwijanie Innych, Strateg, Aktywator, Współzależność. Talenty te uzupełniają i wzmacniają jej osobę, jako trenera do przeprowadzania szkoleń i warsztatów dla uczestników.

Pierwsze swoje szkoleniowe kroki stawiała w 2012 roku w międzynarodowej firmie handlowo sprzedażowej, gdzie była odpowiedzialna za profesjonalne szkolenia nowych pracowników w salonach firmowych.

W ciągu ostatnich 5 lat, jako trener marketingu, przeprowadziła ponad 219 godzin szkoleniowych w salach szkoleniowych oraz online dla właścicieli marek i firm lokalnych.

Branże z którymi współpracowała to m.in.: rozwój osobisty i talenty, fotografia, telekomunikacja, edukacja, dekoracje i aranżacja wnętrz, zdrowy styl życia, coaching, psychologia.

W ciągu ostatnich 5 lat, zdobyła certyfikaty ze szkoleń: „Kurs LinkedIn - budowanie marki Osobistej”, „Reelsy - czym są, dlaczego warto je nagrywać. Podstawy montażu”, „Strategia dochodowego newslettera”, „Social Media Expert”.

Uczestnicy cenią ją za szeroką wiedzę branżową, znajomość badań i trendów rynkowych, umiejętność przekazywania wiedzy w zrozumiały sposób oraz innowacyjne sposoby szkoleniowe. Jest autorką 30-stronicowego ebooka „Jak rozwijać markę osobistą holistycznie”.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W RAMACH SZKOLENIA UCZESTNIK OTRZYMA:

- Skrypt szkoleniowy
- Wordbook do zanotowania najważniejszych informacji dotyczących strategii marki.
- Ebook „Rozwijaj silną markę osobistą na własnych zasadach – holistycznie”.
- Ebook „Reklama dla nietechnicznych. Ustaw ją skutecznie i zarabiaj”.
- Nagrany tutorial techniczny z tematyki Many Chat.

### Informacje dodatkowe

**Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.**

*Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku (stawka VAT zw.): Zwolnienie z podatku 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).*

## Warunki techniczne

**Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa**

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

**Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji**

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).

- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

#### **Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik**

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

#### **Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów**

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

#### **Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online**

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

#### **Zalecane parametry łącza internetowego**

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

## **Kontakt**



**Rafał Lisser**

**E-mail** [kontakt@unico.org.pl](mailto:kontakt@unico.org.pl)

**Telefon** (+48) 724 787 771