



Media Soul Ewa
Napora

★★★★★ 5,0 / 5

2 oceny

Szkolenie z marketingu internetowego i technik sprzedaży wspierające cyfrową transformację MŚP.

Numer usługi 2025/09/03/165830/2981534

📍 Toruń / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 40 h

📅 13.10.2025 do 17.10.2025

7 000,00 PLN brutto

7 000,00 PLN netto

175,00 PLN brutto/h

175,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Właściciele, kadra zarządzająca oraz pracownicy małych i średnich przedsiębiorstw z woj. kujawsko-pomorskiego, którzy chcą rozwijać sprzedaż i marketing w Internecie. Szkolenie skierowane do osób odpowiedzialnych za promocję, obsługę klienta, sprzedaż i wdrażanie narzędzi cyfrowych w firmie.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	12-10-2025
Forma prowadzenia usługi	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
Liczba godzin usługi	40
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest podniesienie kompetencji uczestników w zakresie wykorzystania narzędzi marketingu internetowego i nowoczesnych technik sprzedaży. Uczestnicy nauczą się planować, prowadzić i analizować kampanie online, wdrażać rozwiązania cyfrowe w procesach sprzedażowych oraz skutecznie pozyskiwać klientów w środowisku cyfrowym.

Małe firmy w woj. kujawsko-pomorskim często nie posiadają kompetencji w zakresie digital marketingu i sprzedaży online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza – uczestnik: zna aktualne narzędzia i kanały marketingu internetowego (SEO, social media, e-mail, reklama online), rozumie zasady planowania i prowadzenia kampanii w Internecie, zna techniki sprzedaży dopasowane do środowiska cyfrowego, rozumie znaczenie cyfrowej transformacji w rozwoju MŚP.	Wiedza Uczestnik poprawnie odpowiada na pytania sprawdzające znajomość narzędzi marketingu internetowego (np. SEO, social media, e-mail marketing, reklama online). Uczestnik poprawnie wskazuje zasady planowania i prowadzenia kampanii online. Uczestnik rozpoznaje techniki sprzedaży stosowane w środowisku cyfrowym. Uczestnik potrafi wskazać, jakie znaczenie ma cyfrowa transformacja dla rozwoju MŚP.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności – uczestnik: potrafi stworzyć i przeprowadzić kampanię marketingową online, umie analizować efektywność działań sprzedażowych w kanałach cyfrowych, potrafi wykorzystać narzędzia cyfrowe (CRM, automatyzacja marketingu, social selling) do zwiększenia sprzedaży, umie przygotować strategię pozyskiwania klientów online.	Umiejętności Uczestnik potrafi dobrać odpowiednie narzędzia cyfrowe do realizacji kampanii sprzedażowej i marketingowej (np. CRM, reklamy płatne, automatyzacja). Uczestnik analizuje przykładowe dane z kampanii i wybiera prawidłowe wnioski. Uczestnik wskazuje właściwe kroki w procesie tworzenia strategii pozyskiwania klientów online. Uczestnik potrafi rozpoznać skuteczne rozwiązania zwiększające sprzedaż w Internecie.	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Kompetencje społeczne – uczestnik: potrafi samodzielnie i zespołowo wdrażać rozwiązania cyfrowe w firmie, jest otwarty na innowacje i nowe technologie wspierające sprzedaż i marketing, świadomie podejmuje decyzje oparte na analizie danych z narzędzi internetowych, rozwija postawę proinnowacyjną, wspierającą transformację cyfrową przedsiębiorstwa.	Kompetencje społeczne Uczestnik w teście wybiera prawidłowe przykłady postaw proinnowacyjnych w firmie. Uczestnik rozpoznaje działania wspierające wdrożenie narzędzi cyfrowych w zespole. Uczestnik wskazuje, które decyzje biznesowe są oparte na analizie danych, a które nie. Uczestnik potrafi odróżnić postawę otwartą na innowacje od postawy zachowawczej.	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

Małe firmy często nie posiadają kompetencji w zakresie digital marketingu i sprzedaży online.

Cyfrowa transformacja to nie tylko automatyzacja procesów, ale także przeniesienie działań marketingowych i sprzedażowych do środowiska online – aby zwiększyć konkurencyjność i odporność firm.

Szkolenie przygotowuje przedsiębiorców do wdrożenia rozwiązań cyfrowych w procesach sprzedażowych i marketingowych,

Ramowy program usługi (40h / 5 dni)

Dzień 1 – Wprowadzenie do marketingu internetowego i cyfrowej transformacji

- Rola marketingu cyfrowego w rozwoju MŚP
- Kluczowe kanały promocji online (SEO, social media, e-mail marketing, reklamy płatne)
- Trendy cyfrowe i znaczenie transformacji cyfrowej w sprzedaży

Dzień 2 – Strategie i narzędzia marketingu online

- Planowanie i prowadzenie kampanii reklamowych (Google Ads, Meta Ads)
- Content marketing i budowanie wizerunku w sieci
- Automatyzacja marketingu (CRM, mailing, chatboty)

Dzień 3 – Techniki sprzedaży w środowisku cyfrowym

- Proces sprzedaży w Internecie
- Social selling i wykorzystanie social mediów w sprzedaży
- Obsługa klienta online i budowanie długotrwałych relacji
- Domykanie sprzedaży w kanałach cyfrowych

Dzień 4 – Analityka, optymalizacja i mierzenie efektów

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w marketingu i sprzedaży
- Analiza danych z kampanii online (Google Analytics, narzędzia social media)
- Optymalizacja działań na podstawie wyników
- Raportowanie i podejmowanie decyzji w oparciu o dane

Dzień 5 – Warsztaty praktyczne i strategia cyfrowej sprzedaży

- Praca na case study z sektora MŚP
- Opracowanie mini-strategii marketingowo-sprzedażowej dla firmy uczestnika
- Dyskusja nad wdrożeniem narzędzi cyfrowych w praktyce
- Podsumowanie, test wiedzy (walidacja online), omówienie rezultatów

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 5

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
1 z 5 Analityka, optymalizacja i mierzenie efektów	-	13-10-2025	09:00	17:00	08:00	Tak
2 z 5 Wprowadzenie do marketingu internetowego i cyfrowej transformacji	-	14-10-2025	09:00	17:00	08:00	Tak
3 z 5 Techniki sprzedaży w środowisku cyfrowym	-	15-10-2025	09:00	17:00	08:00	Tak

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
4 z 5 Warsztaty praktyczne i strategia cyfrowej sprzedaży	-	16-10-2025	09:00	17:00	08:00	Tak
5 z 5 Strategie i narzędzia marketingu online	-	17-10-2025	09:00	17:00	08:00	Tak

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	175,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	175,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacja pptx

Warunki uczestnictwa

Komputer z dostępem do internetu

Warunki techniczne

Google Meet, potrzebny komputer z kamerą i szybkim łączem do sprawnej komunikacji w czasie rzeczywistym

Adres

ul. Władysława Łokietka 11

87-100 Toruń

woj. kujawsko-pomorskie

Kontakt



EWA NAPORA

E-mail ewa.napora@gmail.com

Telefon (+48) 509 869 977