



Marketingowe Moce z Pawłem Szymków. Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy

Numer usługi 2025/09/04/20716/2984291

5 100,00 PLN brutto
5 100,00 PLN netto
212,50 PLN brutto/h
212,50 PLN netto/h

MEGA CENTRUM
ROZWOJU
SŁAWOMIR
GALIŃSKI

★★★★★ 4,8 / 5

175 ocen

📍 Katowice / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 21.10.2025 do 23.10.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Marketingowe Moce z Pawłem Szymków	
dedykowane jest przedsiębiorcom i osobom odpowiedzialnym za marketing w firmie	
oraz	
wszystkim osobom chcącym pozyskać umiejętności i wiedzę w tym zakresie.	
Program został opracowany przez Marketing Hero	
Podczas szkolenia zdobędziesz praktyczną wiedzę na temat budowania strategii marketingowej, komunikacji z klientami i wykorzystania nowoczesnych narzędzi (w tym AI) w biznesie.	
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	20-10-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie „Marketingowe Moce” przygotowuje uczestników do samodzielnego planowania i realizacji działań sprzedażowo-marketingowych skierowanych do klientów biznesowych – od określenia grupy docelowej, przez wybór kanałów komunikacji, tworzenie treści i ofert, aż po prezentację, negocjacje, finalizację sprzedaży i działania posprzedażowe. Uczestnicy nauczą się także jak wykorzystywać narzędzia marketingowe, wideo i AI w pozyskiwaniu klientów i wspieraniu procesu sprzedaży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Określa grupę docelową i przygotowuje profil idealnego klienta (Buyer Persona) z uwzględnieniem potrzeb, zachowań i motywacji klientów biznesowych	Identyfikuje i nazywa segmenty klientów	Prezentacja
	Wypełnia szablon Buyer Persony na podstawie analizy przypadku	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uzasadnia wybór elementów Persony i ich wpływ na działania marketingowo-sprzedażowe	Wywiad ustrukturyzowany
	Analizuje cechy i preferencje grupy docelowej	Wywiad ustrukturyzowany
	Dobiera kanały komunikacji i styl marki odpowiednie do grupy docelowej i branży	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera kanały komunikacji i styl marki odpowiednie do grupy docelowej i branży	Dobiera kanały komunikacji adekwatne do odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Prezentuje propozycję stylu marki i uzasadnia jej spójność z grupą docelową	Prezentacja
Organizuje działania sprzedażowe i planuje spotkania z klientami biznesowymi	Identyfikuje osoby decyzyjne w strukturze organizacyjnej klienta	Test teoretyczny
	Tworzy plan spotkań z klientami w oparciu o analizę ich potrzeb	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Prezentuje założenia planu działań i uzasadnia ich dobór	Prezentacja
Tworzy strategię treści do mediów społecznościowych i projektuje propozycję zakupu dla klienta	Planuje publikacje z podziałem na treści Hero, Hub, Help	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dobiera formaty treści do poszczególnych platform	Test teoretyczny
	Formułuje ofertę sprzedażową i przedstawia propozycję zakupu	Prezentacja

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy materiały wideo oraz wykorzystuje podstawy SEO i reklamy płatnej w komunikacji marketingowej	Opracowuje scenariusz wideo z uwzględnieniem grupy docelowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje działania on-page i off-page w SEO	Test teoretyczny
	Projektuje prostą strukturę kampanii reklamowej	Prezentacja
Wdraża narzędzia automatyzujące marketing oraz projektuje lejek sprzedażowy dla klientów biznesowych	Wybiera odpowiednie narzędzia AI i automatyzacji do wskazanych działań	Test teoretyczny
	Projektuje strukturę lejka sprzedażowego na podstawie analizy potrzeb	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Prezentuje plan marketingowo-sprzedażowy i uzasadnia jego wybór	Prezentacja
Komunikuje wartość oferty, negocjuje warunki współpracy i reaguje na obiekcje klienta	Komunikuje cenę i korzyści w języku klienta	Wywiad ustrukturyzowany
	Stosuje techniki reagowania na obiekcje	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Proponuje działania posprzedażowe w odpowiedzi na sytuacje problemowe	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kwalifikacje zarejestrowane w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji

Kwalifikacje	Aktywne prowadzenie sprzedaży skierowanej do klientów biznesowych – przedstawiciel handlowy
Kod kwalifikacji w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji	12637
Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację	Zgodnie z opisem kwalifikacji nr 12637 w Zintegrowanym Rejestrze Kwalifikacji. Proces walidacji zgodny z wymogiem rozdzielności – przeprowadza osoba inna niż trener.
Podmiot prowadzący walidację jest zarejestrowany w BUR	Tak

Program

— Dzień 1

MODUŁ 1: Buyer Persona i strategia komunikacji (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Uczestnicy nauczą się, jak analizować odbiorców oferty i budować profil idealnego klienta biznesowego. Zdobędą praktyczne umiejętności tworzenia person i dopasowywania komunikacji do konkretnych grup.

W module m.in.:

- Definiowanie grup docelowych i segmentów klientów B2B
- Praca z szablonem Buyer Persony
- Analiza potrzeb, motywacji i zachowań klientów
- Wykorzystanie persony w działaniach sprzedażowo-marketingowych

MODUŁ 2: Kanały komunikacji i archetypy marki (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Uczestnicy poznają różne kanały dotarcia do klientów biznesowych i nauczą się dobierać je odpowiednio do branży i persony. Zrozumieją, jak zbudować spójny styl komunikacji marki w kontekście sprzedaży.

W module m.in.:

- Przegląd kanałów komunikacji B2B
- Dobór kanałów do specyfiki branży
- Archetypy marki a styl wypowiedzi handlowca
- Praktyczne ćwiczenia dopasowania komunikacji do grupy docelowej

MODUŁ 3: Organizacja spotkań sprzedażowych (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Uczestnicy nauczą się skutecznie planować kontakt z klientem i organizować spotkania handlowe. Dowiedzą się, jak identyfikować osoby decyzyjne i jak dotrzeć do nich przez różne kanały.

W module m.in.:

- Rola osoby decyzyjnej w zakupie B2B
- Metody dotarcia: cold mailing, LinkedIn, networking
- Planowanie kontaktu i harmonogram spotkań
- Symulacje i ćwiczenia sytuacyjne

MODUŁ 4: Określanie wartości oferty (USP) (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Uczestnicy nauczą się formułować unikalną propozycję wartości i przedstawiać ją w sposób przekonujący dla klienta biznesowego.

W module m.in.:

- Czym jest USP (Unique Selling Proposition)?
- Wyróżniki oferty i analiza konkurencji
- Korzyści funkcjonalne, emocjonalne i finansowe
- Ćwiczenia: jak mówić o wartości oferty klientowi

— Dzień 2

MODUŁ 5: Strategia treści w social media – model Hero, Hub, Help (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Uczestnicy poznają strukturę planowania treści w mediach społecznościowych z wykorzystaniem modelu Hero–Hub–Help. Nauczą się, jak planować i różnicować komunikaty w zależności od celu i etapu sprzedaży.

W module m.in.:

- Kategorie treści: Hero, Hub, Help
- Planowanie treści zgodnie z cyklem sprzedażowym
- Łączenie różnych formatów w spójną strategię
- Tworzenie kalendarza publikacji

MODUŁ 6: Struktura treści i składanie propozycji zakupu (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Moduł pozwoli uczestnikom tworzyć skuteczne komunikaty sprzedażowe w różnych kanałach. Skupimy się na dostosowaniu formatu treści do oczekiwań klienta oraz na projektowaniu oferty handlowej.

W module m.in.:

- Rodzaje treści sprzedażowych: posty, maile, oferty
- Dostosowanie treści do kanałów (LinkedIn, mail, www)
- Techniki składania propozycji zakupu
- Projektowanie oferty na przykładach

MODUŁ 7: Video marketing w pozyskiwaniu klientów (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Wideo staje się jednym z kluczowych narzędzi w sprzedaży. Uczestnicy poznają podstawy tworzenia skutecznych materiałów wideo oraz dowiedzą się, jak wykorzystać je do pozyskania klientów.

W module m.in.:

- Format video krótki vs długi
- Przykłady działań wideo w sprzedaży B2B
- Pisanie scenariuszy i storytelling
- Nagrywanie i edycja prostych materiałów

MODUŁ 8: Wprowadzenie do SEO i reklamy płatnej (0,5 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 1,5 godz.)

Moduł wprowadza uczestników w temat widoczności online. Poznają podstawowe zasady SEO oraz konfiguracji reklam płatnych wspierających proces sprzedaży.

W module m.in.:

- Czym jest pozycjonowanie i jak wpływa na sprzedaż
- Elementy SEO on-page i off-page
- Kampanie reklamowe – konfiguracja i cele
- Ćwiczenia: tworzenie przykładowej kampanii

– Dzień 3

MODUŁ 9: Narzędzia marketingowe i sztuczna inteligencja w sprzedaży (1 godz. teorii + 1 godz. praktyki = 2 godz.)

Uczestnicy poznają praktyczne narzędzia cyfrowe, które wspierają działania marketingowe i sprzedażowe. Moduł obejmuje przegląd najnowszych rozwiązań z zakresu AI i automatyzacji.

W module m.in.:

- Narzędzia analityczne i automatyzujące pracę handlowca
- Praktyczne wykorzystanie AI w komunikacji z klientem
- Trendy technologiczne w marketingu i sprzedaży
- Przykłady automatyzacji kampanii i follow-upów

MODUŁ 10: Projektowanie lejka marketingowo-sprzedażowego (0,5 godz. teorii + 1,5 godz. praktyki = 2 godz.)

Uczestnicy nauczą się projektować własny lejek sprzedażowy, który łączy komunikację marketingową z działaniami handlowymi.

W module m.in.:

- Struktura lejka i etapy podejmowania decyzji przez klienta
- Dobór narzędzi i treści do poszczególnych etapów
- Projektowanie ścieżki klienta (customer journey)
- Tworzenie planu działań zintegrowanych

MODUŁ 11: Negocjacje i finalizacja sprzedaży (0,5 godz. teorii + 0,5 godz. praktyki = 1 godz.)

Moduł przygotowuje uczestników do prowadzenia rozmów handlowych z klientami B2B – od ustalania ceny po domykanie transakcji i działania posprzedażowe.

W module m.in.:

- Komunikowanie wartości i ceny
- Reagowanie na obiekcje klienta
- Ustalanie warunków współpracy
- Monitoring realizacji i obsługa posprzedażowa

MODUŁ 12: Test wiedzy i walidacja efektów uczenia się (2 godz.)

Na zakończenie uczestnicy podsumowują zdobytą wiedzę i umiejętności w formie testu i zadania praktycznego.

W module m.in.:

- Test wiedzy (online lub papierowy)
- Zadania praktyczne na podstawie case study
- Omówienie rozwiązań i feedback od trenera
- Samoocena i plan wdrożenia umiejętności

Organizacja szkolenia

Szkolenie trwa łącznie 24 godziny zegarowe (3 dni × 8 godzin dziennie). Przerwy są wliczane w czas trwania usługi. Program obejmuje 8 godzin zajęć teoretycznych (wykład, prezentacja z elementami dyskusji) oraz 11 godzin zajęć praktycznych (ćwiczenia, symulacje, tworzenie treści, analiza przypadków). Pozostałe 5 godzin przeznaczonych jest na przerwę oraz walidację.

Zajęcia prowadzone są w jednej grupie liczącej maksymalnie 20 uczestników. Szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych, w tym wzory szablonów, checklisty oraz przykłady strategii marketingowych i sprzedażowych.

W przypadku grup powyżej 10 osób, podczas części praktycznej uczestnicy będą dzieleni na podgrupy maksymalnie 5-osobowe. Ma to na celu zapewnienie komfortu pracy warsztatowej oraz indywidualnego wsparcia trenerskiego podczas ćwiczeń, prezentacji i symulacji.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Buyer Persona i strategia komunikacji	Paweł Szymków	21-10-2025	08:00	10:00	02:00
2 z 22 przerwa	Paweł Szymków	21-10-2025	10:00	10:15	00:15
3 z 22 Kanały komunikacji i archetypy marki	Paweł Szymków	21-10-2025	10:15	12:15	02:00
4 z 22 przerwa obiadowa	Paweł Szymków	21-10-2025	12:15	12:45	00:30
5 z 22 Organizacja spotkań sprzedażowych	Paweł Szymków	21-10-2025	12:45	14:15	01:30
6 z 22 przerwa	Paweł Szymków	21-10-2025	14:15	14:30	00:15
7 z 22 Określanie wartości oferty (USP)	Paweł Szymków	21-10-2025	14:30	16:00	01:30
8 z 22 Strategia treści w social media – Hero, Hub, Help	Paweł Szymków	22-10-2025	08:00	10:00	02:00
9 z 22 przerwa	Paweł Szymków	22-10-2025	10:00	10:15	00:15
10 z 22 Struktura treści i propozycja zakupu	Paweł Szymków	22-10-2025	10:15	12:15	02:00
11 z 22 przerwa obiadowa	Paweł Szymków	22-10-2025	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 22 Video marketing	Paweł Szymków	22-10-2025	12:45	14:15	01:30
13 z 22 przerwa	Paweł Szymków	22-10-2025	14:15	14:30	00:15
14 z 22 SEO i reklama płatna	Paweł Szymków	22-10-2025	14:30	16:00	01:30
15 z 22 Narzędzia marketingowe i AI w sprzedaży	Paweł Szymków	23-10-2025	08:00	10:00	02:00
16 z 22 przerwa	Paweł Szymków	23-10-2025	10:00	10:15	00:15
17 z 22 Projektowanie lejka marketingowo-sprzedażowego	Paweł Szymków	23-10-2025	10:15	12:15	02:00
18 z 22 przerwa obiadowa	Paweł Szymków	23-10-2025	12:15	12:45	00:30
19 z 22 Negocjacje i finalizacja sprzedaży	Paweł Szymków	23-10-2025	12:45	13:45	01:00
20 z 22 przerwa	Paweł Szymków	23-10-2025	13:45	14:00	00:15
21 z 22 Walidacja - ćw. i dyskusja moderowana	-	23-10-2025	14:00	15:30	01:30
22 z 22 Walidacja - test wiedzy	-	23-10-2025	15:30	16:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 100,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 100,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto	212,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	212,50 PLN
W tym koszt walidacji brutto	300,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	300,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	300,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Szymków

Paweł Szymków to przedsiębiorca i trener biznesu z 15-letnim doświadczeniem w doradztwie i szkoleniach z zakresu marketingu i sprzedaży. Specjalizuje się budowaniu strategii i planów marketingowych.

Jego misją jest wspieranie przedsiębiorców w wykorzystaniu potencjału ich firm poprzez skuteczne strategie marketingowe i sprzedażowe. Jest praktykiem, który prowadzi własne firmy od 2008 roku, co pozwala mu lepiej zrozumieć wyzwania stojące przed przedsiębiorcami. Jego klienci cenią go za kreatywność, skuteczność proponowanych rozwiązań oraz proaktywne podejście do biznesu.

Prowadzi swój kanał YouTube o nazwie Marketing Hero.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają:

- Materiały szkoleniowe w formie elektronicznej (PDF) zawierające omówienie kluczowych zagadnień z warsztatów.
- Szablony Buyer Persony oraz kalendarza treści do Social Media.
- Checklisty do planowania strategii marketingowej i budowy lejka sprzedażowego.
- Dostęp do nagrań z wybranych sesji szkoleniowych.
- Lista rekomendowanych narzędzi marketingowych i źródeł do dalszej nauki.

Informacje dodatkowe

Usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. a ustawy o VAT.

Organizator szkolenia – Mega Centrum Rozwoju – jest podmiotem wpisanym do Bazy Usług Rozwojowych i świadczy usługi kształcenia zawodowego finansowane w co najmniej 70% ze środków publicznych, w ramach projektu współfinansowanego z Europejskiego Funduszu Społecznego Plus.

Adres

ul. Żeliwna 38
40-599 Katowice
woj. śląskie

Sala C

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Igor Ginalski

E-mail igor.ginalski@megacentrumrozwoju.pl

Telefon (+48) 513 020 414