



Marketing od podstaw: od wizji do klientów

Numer usługi 2025/09/18/41749/3016701

9 350,00 PLN brutto

9 350,00 PLN netto

187,00 PLN brutto/h

187,00 PLN netto/h

Pośrednictwo

Biznesowe Maciej

Pyszka

★★★★★ 4,9 / 5

235 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 50 h

📅 01.12.2025 do 08.12.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie „Marketing od podstaw: od wizji do klientów” jest skierowane do właścicieli małych firm, którzy dopiero zaczynają swoją działalność i chcą nauczyć się skutecznie promować swoje usługi. To idealna propozycja dla osób prowadzących studia jogi, fitness, gabinety kosmetyczne, salony wellness czy inne lokalne biznesy, które potrzebują prostych i praktycznych narzędzi marketingowych. Adresatami szkolenia są także instruktorzy, trenerzy oraz freelancerzy – dietetycy, masażyści czy terapeuci – którzy pragną budować własną markę osobistą i pozyskiwać nowych klientów. Program został przygotowany również z myślą o osobach planujących otwarcie działalności gospodarczej w branży usługowej i chcących dobrze wystartować z promocją.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	28-11-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	50
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 „Marketing od podstaw: od wizji do klientów” jest skierowane do właścicieli mikro i małych przedsiębiorstw, którzy chcą zbudować solidne fundamenty swojej promocji i nauczyć się docierać do klientów w sposób skuteczny i niedrogi. To propozycja dla osób, które rozpoczynają działalność gospodarczą lub rozwijają niewielki biznes i potrzebują jasnych wskazówek, jak krok po kroku wdrożyć działania marketingowe.

Uczestnikami szkolenia mogą być także freelancerzy oraz osoby pracujące na własną

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie podstawowe pojęcia marketingowe i zna ich zastosowanie w prowadzeniu małej firmy.	Potrafi poprawnie zdefiniować pojęcia takie jak „grupa docelowa”, „USP”, „kanały promocji”.	Wywiad swobodny
	Wskaże przykłady zastosowania podstawowych narzędzi marketingowych w swojej firmie.	Wywiad swobodny
	Wyjaśni różnicę między marketingiem tradycyjnym a internetowym.	Wywiad swobodny
Potrafi zdefiniować wizję i misję swojej działalności oraz przełożyć je na działania marketingowe	Opracowuje krótki opis wizji i misji swojej firmy.	Wywiad swobodny
	Przedstawia przykłady działań marketingowych wynikających z wizji i misji.	Wywiad swobodny
	Umie uzasadnić, w jaki sposób wizja i misja wpływają na komunikację z klientami.	Wywiad swobodny
Umie określić grupę docelową i stworzyć profil idealnego klienta	Tworzy opis grupy docelowej z uwzględnieniem wieku, zainteresowań i potrzeb.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje, które kanały komunikacji będą najskuteczniejsze dla wybranej grupy.	Wywiad swobodny
	Przeprowadza krótką analizę problemów i oczekiwań potencjalnych klientów.	Wywiad swobodny
Analizuje konkurencję i potrafi wskazać własne wyróżniki rynkowe	Sporządza prostą tabelę porównawczą konkurencji i własnej oferty.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wymienia przynajmniej trzy elementy, które wyróżniają jego firmę na rynku.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy spójną ofertę dopasowaną do potrzeb klientów	Przygotowuje przykładowy opis usługi w atrakcyjny i zrozumiały sposób.	Wywiad swobodny
	Wskazuje elementy oferty odpowiadające potrzebom grupy docelowej.	Wywiad swobodny
	Wyjaśnia, dlaczego oferta jest spójna z wizją i misją firmy.	Wywiad swobodny
Dobiera odpowiednie kanały promocji (media społecznościowe, reklama lokalna, polecenia)	Wybiera przynajmniej dwa kanały promocji adekwatne do grupy docelowej.	Wywiad swobodny
	Tworzy plan wykorzystania wybranych kanałów w praktyce.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Planuje proste działania marketingowe w formie kalendarza lub strategii krok po kroku	Przygotowuje harmonogram działań marketingowych na minimum miesiąc.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Wskazuje kolejność działań i przypisuje odpowiedzialność za poszczególne zadania.	Wywiad swobodny
	Określa mierzalne cele dla działań marketingowych.	Wywiad swobodny
	Pisze przykładowy post reklamowy lub opis usługi w sposób zrozumiały i przyciągający uwagę.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Stosuje prosty język dopasowany do grupy docelowej.	Wywiad swobodny
	Potrafi dobrać odpowiedni format treści do kanału promocji.	Wywiad swobodny
Poznaje podstawy marketingu internetowego i potrafi wykorzystać darmowe lub tanie narzędzia online	Wskazuje przykłady narzędzi online do promocji (np. Canva, Facebook Business).	Wywiad swobodny
	Potrafi stworzyć prosty materiał promocyjny lub grafikę online.	Wywiad swobodny
	Rozróżnia podstawowe funkcje mediów społecznościowych i reklam internetowych.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie znaczenie obsługi klienta i rekomendacji w budowaniu lojalności i przyciąganiu nowych odbiorców	Podaje przykłady działań zwiększających satysfakcję klientów.	Wywiad swobodny
	Potrafi wskazać sposoby na zachęcenie klientów do polecania firmy.	Wywiad swobodny
	Wskazuje mierniki efektywności działań (np. liczba zapytań, reakcje w social media).	Wywiad swobodny
Umie ocenić skuteczność działań marketingowych i wprowadzać proste usprawnienia	Analizuje wyniki kampanii i formułuje wnioski do poprawy działań.	Wywiad swobodny
	Proponuje co najmniej jedno usprawnienie w strategii marketingowej na podstawie analizy.	Wywiad swobodny

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 (8 godzin) – Wprowadzenie do marketingu i fundamenty strategii

09:00–11:00 – Podstawowe pojęcia marketingowe: definicje i rola marketingu w małej firmie

11:00–13:00 – Wizja i misja firmy: tworzenie wizji i misji oraz przełożenie ich na działania marketingowe

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Grupa docelowa i profil klienta

15:15–17:15 – Analiza konkurencji i wyróżniki rynkowe: case study i przykłady z rynku

Dzień 2 (8 godzin) – Kanały promocji i planowanie działań marketingowych

09:00–11:00 – Dobór kanałów promocji: social media, reklama lokalna, polecenia

11:00–13:00 – Tworzenie kalendarza działań marketingowych: planowanie krok po kroku

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Strategia prostych kampanii: ustalanie celów i kolejności działań

15:15–17:15 – Praktyczne zadanie: mini-strategia marketingowa

Dzień 3 (8 godzin) – Tworzenie treści i marketing internetowy

09:00–11:00 – Tworzenie atrakcyjnych treści: opisy usług, posty, komunikaty reklamowe

11:00–13:00 – Copywriting i storytelling: praktyczne wskazówki, dopasowanie języka do grupy docelowej

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Marketing internetowy: narzędzia online – social media, Canva, darmowe narzędzia

15:15–17:15 – Ćwiczenie praktyczne: stworzenie materiału promocyjnego – grafika lub post na media społecznościowe

Dzień 4 (9 godzin) – Obsługa klienta, rekomendacje i mierzenie efektów

09:00–11:00 – Znaczenie obsługi klienta: budowanie lojalności i rekomendacji

11:00–13:00 – Strategie utrzymywania klientów: praktyczne przykłady

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Mierzenie skuteczności działań marketingowych: wskaźniki KPI i narzędzia analityczne

15:15–17:15 – Analiza wyników i wprowadzanie usprawnień: case study i planowanie zmian

17:15–18:15 – Praktyczne zadanie: mini-audyt marketingowy własnej firmy lub przykładu

Dzień 5 (9 godzin) – Kampanie marketingowe i treści zaawansowane

09:00–11:00 – Planowanie kampanii promocyjnej: integracja działań online i offline

11:00–13:00 – Zaawansowane techniki tworzenia treści: grafika, wideo, storytelling w social media

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Testowanie i optymalizacja treści: analiza odbioru w grupie docelowej

15:15–17:15 – Praktyczne zadanie: przygotowanie mini-kampanii promocyjnej

17:15–18:15 – Podsumowanie dnia i dyskusja

Dzień 6 (8 godzin) – Podsumowanie, projekt marketingowy i walidacja

09:00–11:00 – Tworzenie pełnej strategii marketingowej: integracja wiedzy z poprzednich dni

11:00–13:00 – Prezentacja i omówienie projektów: feedback grupowy i prowadzącego

13:00–13:15 – **Przerwa 15 minut**

13:15–15:15 – Ćwiczenia praktyczne: wdrażanie planu działań marketingowych – symulacja działań i publikacja treści

15:15–16:15 – **Walidacja efektów uczenia się** – test lub ocena praktyczna

Szkolenie trwa 50 godzin, z czego część teoretyczna 39 godzin, praktyczna 10 godzin, a walidacja 1 godzinę. Przerwy nie wliczają się w czas szkolenia.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 33

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 33 Podstawowe pojęcia marketingowe: definicje i rola marketingu w małej firmie	Maciej Pyszka	01-12-2025	09:00	11:00	02:00
2 z 33 Wizja i misja firmy: tworzenie wizji i misji oraz przełożenie ich na działania marketingowe	Maciej Pyszka	01-12-2025	11:00	13:00	02:00
3 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	01-12-2025	13:00	13:15	00:15
4 z 33 Grupa docelowa i profil klienta: ćwiczenia praktyczne	Maciej Pyszka	01-12-2025	13:15	15:15	02:00
5 z 33 Analiza konkurencji i wyróżniki rynkowe: case study i przykłady z rynku	Maciej Pyszka	01-12-2025	15:15	17:15	02:00
6 z 33 Dobór kanałów promocji: social media, reklama lokalna, polecenia	Maciej Pyszka	02-12-2025	09:00	11:00	02:00
7 z 33 Tworzenie kalendarza działań marketingowych: planowanie krok po kroku	Maciej Pyszka	02-12-2025	11:00	13:00	02:00
8 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	02-12-2025	13:00	13:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 33 Strategia prostych kampanii: ustalanie celów i kolejności działań	Maciej Pyszka	02-12-2025	13:15	15:15	02:00
10 z 33 Praktyczne zadanie: mini-strategia marketingowa	Maciej Pyszka	02-12-2025	15:15	17:15	02:00
11 z 33 Tworzenie atrakcyjnych treści: opisy usług, posty, komunikaty reklamowe	Maciej Pyszka	03-12-2025	09:00	11:00	02:00
12 z 33 Copywriting i storytelling: praktyczne wskazówki, dopasowanie języka do grupy docelowej	Maciej Pyszka	03-12-2025	11:00	13:00	02:00
13 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	03-12-2025	13:00	13:15	00:15
14 z 33 Marketing internetowy: narzędzia online – social media, Canva, darmowe narzędzia	Maciej Pyszka	03-12-2025	13:15	15:15	02:00
15 z 33 Ćwiczenie praktyczne: stworzenie materiału promocyjnego – grafika lub post na media społecznościowe	Maciej Pyszka	03-12-2025	15:15	17:15	02:00
16 z 33 Znaczenie obsługi klienta: budowanie lojalności i rekomendacji	Maciej Pyszka	04-12-2025	09:00	11:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 33 Strategie utrzymywania klientów: praktyczne przykłady	Maciej Pyszka	04-12-2025	11:00	13:00	02:00
18 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	04-12-2025	13:00	13:15	00:15
19 z 33 Mierzenie skuteczności działań marketingowych: wskaźniki KPI i narzędzia analityczne	Maciej Pyszka	04-12-2025	13:15	15:15	02:00
20 z 33 Analiza wyników i wprowadzanie usprawnień: case study i planowanie zmian	Maciej Pyszka	04-12-2025	15:15	17:15	02:00
21 z 33 Praktyczne zadanie: mini-audyt marketingowy własnej firmy lub przykładu	Maciej Pyszka	04-12-2025	17:15	18:15	01:00
22 z 33 Planowanie kampanii promocyjnej: integracja działań online i offline	Maciej Pyszka	05-12-2025	09:00	11:00	02:00
23 z 33 Zaawansowane techniki tworzenia treści: grafika, wideo, storytelling w social media	Maciej Pyszka	05-12-2025	11:00	13:00	02:00
24 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	05-12-2025	13:00	13:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
25 z 33 Testowanie i optymalizacja treści: analiza odbioru w grupie docelowej	Maciej Pyszka	05-12-2025	13:15	15:15	02:00
26 z 33 Praktyczne zadanie: przygotowanie mini-kampanii promocyjnej	Maciej Pyszka	05-12-2025	15:15	17:15	02:00
27 z 33 Podsumowanie dnia i dyskusja	Maciej Pyszka	05-12-2025	17:15	18:15	01:00
28 z 33 Tworzenie pełnej strategii marketingowej: integracja wiedzy z poprzednich dni	Maciej Pyszka	08-12-2025	09:00	11:00	02:00
29 z 33 Prezentacja i omówienie projektów: feedback grupowy i prowadzącego	Maciej Pyszka	08-12-2025	11:00	13:00	02:00
30 z 33 Przerwa	Maciej Pyszka	08-12-2025	13:00	13:15	00:15
31 z 33 Ćwiczenia praktyczne: wdrażanie planu działań marketingowych – symulacja działań i publikacja treści	Maciej Pyszka	08-12-2025	13:15	15:15	02:00
32 z 33 Podsumowanie całości szkolenia	Maciej Pyszka	08-12-2025	15:15	16:15	01:00
33 z 33 Walidacja usługi	Maciej Pyszka	08-12-2025	16:15	17:15	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 350,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 350,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	187,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	187,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Maciej Pyszka

Doświadczony doradca biznesowy i trener, specjalizujący się w zarządzaniu zasobami ludzkimi, komunikacji międzypokoleniowej oraz rozwoju kompetencji menedżerskich i zespołowych. Od wielu lat wspiera przedsiębiorstwa w projektowaniu i wdrażaniu strategii HR, optymalizacji procesów organizacyjnych oraz budowaniu efektywnych struktur zarządzania.

Jako właściciel firmy doradczo-szkoleniowej prowadzi projekty w zakresie zarządzania wiekiem, budowania kultury organizacyjnej, rozwoju kompetencji pracowników oraz wdrażania systemów ocen i motywacyjnych. Realizuje kompleksowe działania doradcze dla kadry zarządzającej i działów HR, koncentrując się na efektywnej komunikacji, rozwoju przywództwa i zarządzaniu zmianą.

Posiada również doświadczenie w pracy jako doradca biznesowy w firmach komercyjnych, gdzie odpowiadał m.in. za mapowanie procesów wewnętrznych, opracowanie strategii sprzedażowych i marketingowych oraz rozwój struktur zespołowych. Brał udział w projektach transformacyjnych, wspierając liderów w procesach reorganizacji i wdrażaniu zmian.

Magister politologii (Uniwersytet Gdański) Szkoleniowiec i doradca biznesowy (ponad 1600 godzin szkoleniowych i ponad 700 doradczych, w tym 280 godzin szkoleniowych w obszarze o podobnej tematyce dla osób dorosłych przeprowadzonych w ostatnich 24 miesiącach).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dodatkowe zapewnia realizator:

-case study

-prezentacja

-interaktywne ćwiczenia

Uczestnik otrzyma materiały w dniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Zapis na usługę z wykorzystaniem odpowiedniego ID wsparcia.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia i certyfikatu jest uczestnictwo w 80% szkolenia (pod warunkiem zgłoszenia nieobecności).

Warunkiem niezbędnym do spełnienia przez uczestników, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu jest aktywność oraz obecność na szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo. Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie oraz swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu i zakwaterowania.

Warunki techniczne

a) Rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa rozwojowa: Usługa szkoleniowa realizowana będzie zdalnie w czasie rzeczywistym przy wykorzystaniu aplikacji „TEAMS”.

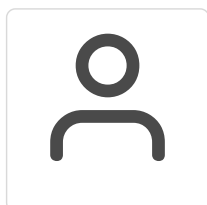
b) Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji:
Komputer(PC lub laptop) lub tablet lub telefon komórkowy: - Połączenie internetowe - szerokopasmowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G lub 4G / LTE) - Głośniki i mikrofon - wbudowany lub wtyk USB lub bezprzewodowy Bluetooth - Kamera internetowa lub kamera internetowa HD - wbudowana lub wtyczka USB lub kamera HD lub kamera HD z kartą przechwytywania wideo - Dwurdzeniowy procesor 2 GHz lub szybszy (zalecany 4-rdzeniowy) (i3 / i5 / i7 lub odpowiednik AMD) - 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB) - System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja) – dla PC lub laptopa

c) Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: - Stałe łącze internetowe o prędkości 1,5 Mbps (zalecane 2,5 Mbps z obrazem w jakości HD - 800kbps / 1.0Mbps (góra / dół) dla wysokiej jakości wideo - W przypadku widoku galerii / lub video HD 720p: 1,5 / 1,5 (góra / dół) - Odbieranie wideo HD 1080p wymaga 2,5 (w górę / w dół) - Przesyłanie wideo HD 1080p wymaga 3,0 (w górę / w dół) - Tylko do udostępniania ekranu (brak miniatury wideo): 50-75 - Dostęp do udostępniania ekranu z miniaturą wideo: 50-150 - W przypadku audio VoIP: 60-80 - W przypadku telefonu Zoom: 60-100

d) Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: - Przeglądarka internetowa: Google Chrome, Firefox, lub Safari (zaktualizowane do najnowszej wersji) - Bezpłatna aplikacja „TEAMS” - Programy umożliwiające odczytywanie dokumentów „pdf”, „.doc”, „.xlsx”, „.xls”, „.pptx”, „.ppt”

Podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia

Kontakt



Weronika Pasieba

E-mail projekty@posrednictwobiznesowe.pl

Telefon (+48) 530 163 879