



Hossa Joanna
Chylewska-Michałek

Brak ocen dla tego dostawcy

Cyfrowy Agent Ubezpieczeniowy: Strategia Social Media i AI do Budowania Marki Lidera Rynku

Numer usługi 2025/11/10/198962/3138214

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 01.12.2025 do 09.12.2025

7 478,40 PLN brutto

6 080,00 PLN netto

233,70 PLN brutto/h

190,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do ambitnych profesjonalistów z branży ubezpieczeniowej oraz ich współpracowników, dążących do cyfrowej transformacji i dominacji w swojej niszy.

Grupą docelową są:

- Agenci i Multiagenci Ubezpieczeniowi:** Osoby chcące zwiększyć swoją sprzedaż i zasięg, budując silną, rozpoznawalną markę osobistą Agenta Cyfrowego.
- Właściciele Agencji:** Zarządzający, którzy poszukują zaawansowanych strategii marketingowych i chcą szkolić kluczowy personel.
- Specjaliści/Współpracownicy:** Osoby zajmujące się promocją, marketingiem, SMM w ramach agencji ubezpieczeniowej (np. wirtualne asystentki, freelancerzy).
- Uczestnicy Programów Regionalnych:** Usługa jest również adresowana do Uczestników projektu **Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe** oraz innych osób podnoszących kompetencje z własnej inicjatywy.

Minimalna liczba uczestników

7

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

28-11-2025

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

32

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnicy (Agenci Ubezpieczeniowi) nabędą zaawansowane umiejętności do autonomicznego budowania i skalowania swojej działalności w sieci, stając się Cyfrowymi Agentami Online.

Po szkoleniu będą potrafili:

Zdefiniować tożsamość, wartości i archetyp swojej marki osobistej/firmowej.

Tworzyć zaawansowany контент (rolki, posty, storytelling) dopasowany do profilu klienta.

Planować, wdrażać i analizować kampanie reklamowe (Meta Ads), wykorzystując Sztuczną Inteligencję (AI) do optymalizacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje zasady tworzenia treści w social mediach z elementami AI	Określa konstrukcje materiałów promujących z AI, takich jak post, relacje oraz rolki na Instagramie, Facebooku oraz TikToku (hook, problem/potrzeba odbiorcy, wartość/rozwiązanie, social proof (opcjonalnie), CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje formaty treści na mediach społecznościowych (post/karuzela, rolka, relacja).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wymienia i opisuje podstawowe zasady tworzenia treści w social mediach (spójność, autentyczność, dopasowanie do grupy docelowej, angażujące CTA).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia rodzaje treści (edukacyjne, sprzedażowe, wizerunkowe, rozrywkowe) i wskazuje ich zastosowanie.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia cele kampanii remarketingowych na Meta (zasięg, kontakty, aktywność, zakup).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera właściwy kanał komunikacji na social media do odbiorcy	Wymienia możliwości danego kanału	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozpoznaje cechy i potrzeby różnych grup odbiorców (np. B2B, B2C, lokalni klienci, młodzież, profesjonaliści itp.).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje, który kanał (Facebook, Instagram, TikTok) jest najefektywniejszy w komunikacji z daną grupą.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera format treści, tworzone za pomocą też AI (post statyczny/karuzela, wideo, relacja) odpowiedni do wybranego kanału.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Stosuje metody komunikacji dopasowane do swojej niszy za pomocą AI	Definiuje ścieżkę zakupową klienta który trafił z reklamy oraz remarketingu (Messenger, zakup na stronie, formularz, kontakt telefoniczny).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Tworzy treści za pomocą AI (ChatGpt, Perplexity itp.) językiem korzyści dla swojej grupy docelowej.	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia wybór kanału komunikacji, odnosząc się do celów biznesowych i specyfiki odbiorców.	Analiza dowodów i deklaracji
Cechuje się etyką i dyskrecją	Projektuje kampanie reklamowe dostosowane do swojej branży.	Analiza dowodów i deklaracji
	Trzyma się zasad poufności we współpracy ze zleceniodawcami	Analiza dowodów i deklaracji
Planuje za pomocą narzędzi AI strategię rozwoju na mediach społecznościowych	Określa grupę docelową po przeprowadzonych działaniach reklamowych oraz organicznych również za pomocą AI i jej potrzeby.	Analiza dowodów i deklaracji
	Opracowuje harmonogram działań komunikacyjnych za pomocą AI (typy treści, częstotliwość publikacji, kanały).	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Montuje rolki / relacje sprzedażowe za pomocą również AI do mediów społecznościowych	Przygotowuje jedną rolkę/relację sprzedażową gotową do publikacji, również za pomocą AI	Analiza dowodów i deklaracji
	Dodaje elementy wizualne wzmacniające przekaz (napisy, grafiki, efekty specjalne) za pomocą animacji AI.	Analiza dowodów i deklaracji
	Stosuje inteligentne przyciski CTA (np. „kup teraz”, „zapisz się”, „napisz wiadomość”).	Analiza dowodów i deklaracji
	Używa formatów i proporcji zgodnych z wymaganiami platformy (np. 9:16 dla IG/TikTok), oraz dostosowuje je do różnych celów.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje grafiki sprzedażowe za pomocą AI do mediów społecznościowych	Stosuje podstawowe zasady psychologii sprzedaży (np. hook na początku, korzyści, wezwanie do działania) uwzględniając trendy AI.	Analiza dowodów i deklaracji
	Tworzy minimum jedną grafikę sprzedażową dostosowaną do wymagań konkretnej platformy za pomocą AI (np. kwadrat 1080x1080 px dla Instagrama).	Analiza dowodów i deklaracji
	Umieszcza na grafice kluczowy przekaz sprzedażowy (np. promocję, benefit, USP) za pomocą AI	Analiza dowodów i deklaracji
	Wyróżnia inteligentne CTA (np. „Kup teraz”, „Sprawdź ofertę”, „Zapisz się”).	Analiza dowodów i deklaracji
	Dbą o czytelność treści i hierarchię wizualną (nagłówki, grafika, CTA).	Analiza dowodów i deklaracji
	Uzasadnia wybór elementów graficznych i tekstowych w kontekście grupy docelowej pod względem AI.	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje raporty za pomocą narzędzi AI.	Odczytuje kluczowe wskaźniki efektywności remarketingu, treści organicznych, a także tworzonych poprzez AI (np. zasięg, CTR, CPC, konwersje, zaangażowanie).	Analiza dowodów i deklaracji
	Identyfikuje mocne i słabe strony prowadzonych działań marketingowych oraz remarketingowych na podstawie raportu.	Analiza dowodów i deklaracji
	Wyciąga wnioski i proponuje minimum dwa działania remarketingowe.	Analiza dowodów i deklaracji
	Projektuje tendencję branży / konkretnego interesu za pomocą A	Analiza dowodów i deklaracji

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

“Cyfrowy Agent Online”

1 i 2 dzień Paula Bednarczyk

3 i 4 dzień Joanna Chylewska-Michałek

DZIEŃ 1 – 9:00–17:00

Temat przewodni: Twoja marka zaczyna się w głowie – odkryj, kim jesteś, zanim pokażesz się światu

9:00–9:30 – Powitanie i rozgrzewka

9:30–10:50 – Marka osobista i wizerunek

10:50–11:00 – Przerwa

11:00–13:00 – Pewność siebie w sieci

13:00–13:30 – Lunch

13:30–15:00 – Tożsamość marki

15:00–15:10 – Przerwa

15:10–16:30 – Archetyp i nisza

16:30–17:00 – Zadanie domowe i sesja Q&A

DZIEŃ 2 – 9:00–17:00

Temat przewodni: Od mindsetu do marki – przełóż wizję na działania

9:00–9:30 – Powitanie i rozgrzewka

9:30–10:50 – Praca z energią archetypu

10:50–11:00 – Przerwa

11:00–13:00 – Narzędzia i modele pracy online

13:00–13:30 – Lunch

13:30–15:00 – Grafika, tekst i rolka

15:00–15:10 – Przerwa

15:10–16:30 – Logo i baner – od idei do projektu

16:30–17:00 – Zadanie domowe i sesja Q&A

DZIEŃ 3 – 9:00–17:00

Temat przewodni: Twój klient i komunikacja – jak mówić, żeby ludzie chcieli słuchać

9:00–9:30 – Powitanie i rozgrzewka

9:30–10:50 – Profil klienta – kim jest Twój odbiorca i jak do niego mówić

10:50–11:00 – Przerwa

11:00–13:00 – Storytelling i język, który przyciąga

13:00–13:30 – Lunch

13:30–15:00 – Jak pisać posty, które budują relację, nie tylko sprzedają

15:00–15:10 – Przerwa

15:10–16:30 – Nagrywanie rolek i video – plan, kadry, autentyczność

16:30–17:00 – Zadanie domowe i sesja Q&A

DZIEŃ 4 – 9:00–17:00

Temat przewodni: Strategia, kampanie i narzędzia online – Twoja marka w ruchu

9:00–9:30 – Powitanie i rozgrzewka

9:30–10:50 – Kampanie reklamowe w branży ubezpieczeniowej – od strategii do efektów

10:50–11:00 – Przerwa

11:00–13:00 – Praktyka: jak ustawić kampanię krok po kroku (Meta Ads + przykłady)

13:00–13:30 – Lunch

13:30–15:00 – Wykorzystanie AI w kampaniach i tworzeniu materiałów promocyjnych

15:00–15:10 – Przerwa

15:10–16:30 – Tworzenie miesięcznego planu kampanii i działań promocyjnych

16:30–17:00 – Podsumowanie i zakończenie szkolenia

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 36

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 36 Twoja marka zaczyna się w głowie - powitanie i rozgrzewka	Paula Bednarczyk	04-12-2025	09:00	09:30	00:30
2 z 36 Marka osobista i wizerunek	Paula Bednarczyk	04-12-2025	09:30	10:50	01:20
3 z 36 Praca z energią archetypu	Paula Bednarczyk	04-12-2025	09:30	10:50	01:20
4 z 36 Przerwa	Paula Bednarczyk	04-12-2025	10:50	11:00	00:10
5 z 36 Pewność siebie w sieci	Paula Bednarczyk	04-12-2025	11:00	13:00	02:00
6 z 36 Lunch	Paula Bednarczyk	04-12-2025	13:00	13:30	00:30
7 z 36 Tożsamość marki	Paula Bednarczyk	04-12-2025	13:30	15:00	01:30
8 z 36 Przerwa	Paula Bednarczyk	04-12-2025	15:00	15:10	00:10
9 z 36 Archetyp i nisza	Paula Bednarczyk	04-12-2025	15:10	16:30	01:20
10 z 36 Zadanie domowe i sesja Q&A	Paula Bednarczyk	04-12-2025	16:30	17:00	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 36 Od mindsetu do marki przełoż wizję na działania - powitanie i rozgrzewka	Paula Bednarczyk	05-12-2025	09:00	09:30	00:30
12 z 36 przerwa	Paula Bednarczyk	05-12-2025	10:50	11:00	00:10
13 z 36 Narzędzia i modele pracy online	Paula Bednarczyk	05-12-2025	11:00	13:00	02:00
14 z 36 Lunch	Paula Bednarczyk	05-12-2025	13:00	13:30	00:30
15 z 36 Grafika, tekst i rolka	Paula Bednarczyk	05-12-2025	13:30	15:00	01:30
16 z 36 przerwa	Paula Bednarczyk	05-12-2025	15:00	15:10	00:10
17 z 36 Logo i baner - od idei do projektu	Paula Bednarczyk	05-12-2025	15:10	16:30	01:20
18 z 36 Zadanie domowe i sesja Q&A	Paula Bednarczyk	05-12-2025	16:30	17:00	00:30
19 z 36 Twój klient i komunikacja - jak mówić żeby ludzie chcieli słuchać - Powitanie i rozgrzewka	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	09:00	09:30	00:30
20 z 36 Profil klienta - kim jest Twój odbiorca i jak do niego mówić	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	09:30	10:50	01:20
21 z 36 przerwa	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	10:50	11:00	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 36 Storytelling i język, który przyciąga	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	11:00	13:00	02:00
23 z 36 Lunch	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	13:00	13:30	00:30
24 z 36 Jak pisać posty, które budują relacje, nie tylko sprzedają	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	13:30	15:00	01:30
25 z 36 przerwa	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	15:00	15:10	00:10
26 z 36 Nagrywanie rolek i video - plan, kadry, autentyczność	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	15:10	16:30	01:20
27 z 36 Zadanie domowe i sesja Q&A	Joanna Chylewska-Michałek	08-12-2025	16:30	17:00	00:30
28 z 36 Strategia, kampanie i narzędzia online- Twoja marka w ruchu - powitanie i rozgrzewka	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	09:00	09:30	00:30
29 z 36 Kampanie reklamowe w branży ubezpieczeniowej - od strategii do efektów	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	09:30	10:50	01:20
30 z 36 przerwa	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	10:50	11:00	00:10
31 z 36 Praktyka: jak ustawić kampanię krok po kroku (Meta Ads + przykłady)	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	11:00	13:00	02:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
32 z 36 Lunch	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	13:00	13:30	00:30
33 z 36 Wykorzystanie AI w kampaniach i tworzeniu materiałów promocyjnych	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	13:30	15:00	01:30
34 z 36 przerwa	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	15:00	15:10	00:10
35 z 36 Tworzenie miesięcznego planu kampanii i działań promocyjnych	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	15:10	16:30	01:20
36 z 36 Podsumowanie i zakończenie szkolenia	Joanna Chylewska-Michałek	09-12-2025	16:30	17:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 478,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 080,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	233,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2

1 z 2

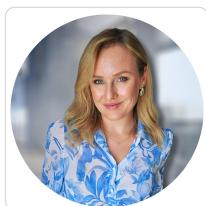


Joanna Chylewska-Michałek

Agentka ubezpieczeniowa, trenerka biznesu i coacherka, a także twórczyni Akademii "Agencja w Sieci", w której szkoli się obecnie ponad 300 agentów ubezpieczeniowych.

Zbudowała ponad 500 marek agentów ubezpieczeniowych, pomagając im rozwijać swoje biznesy w świecie online. Autorka kursów i szkoleń z budowy marki osobistej dla branży ubezpieczeniowo-financej, których klientami są m.in. firmy szkoleniowe, agencje ubezpieczeniowe, agenci wyłączeni oraz towarzystwa ubezpieczeniowe.

Jej biznes ubezpieczeniowy w 90% przeniesiony do sieci przyciągnął ponad 150 000 aktywnych odbiorców kupujących polisy online. Jako menadżerka agentów uzyskała wraz z zespołem ponad 3 mln przypisu składki w życiu. Uzyskała samodzielnie 1,5 mln składki inwestycyjnej pozyskanej od klienta online. Inicjatorka i organizatorka Konferencji „Cyfrowy Agent 007”.



2 z 2

Paula Bednarczyk

Coach, pedagog i mentorka kobiecych marek, która na co dzień łączy rozwój osobisty z biznesem online. Jej doświadczenie – od etatu po własny biznes – nauczyło ją, że sukces zaczyna się w głowie. Dlatego wspiera kobiety w budowaniu marki od podstaw: od pracy z przekonaniem i blokadami, przez odkrywanie talentów i mocnych stron, aż po techniczne aspekty tworzenia marki.

Jako założycielka Kreatywnego Wsparcia Biznesu pomaga kobietom tworzyć spójną obecność online – od pomysłu, przez strategię, po wizualną oprawę marki. Ubiera marki w słowa, kolory i obrazy, projektując e-booki, grafiki marketingowe i strony internetowe na WordPress.

Szkoleniowiec z pasją do nowych technologii – uczy obsługi narzędzi cyfrowych takich jak Canva, CapCut czy ChatGPT, pokazując, jak przekładać kompetencje cyfrowe na autentyczny przekaz i profesjonalny wizerunek w sieci. Prowadzi sesje coachingowe, szkolenia i warsztaty rozwojowe, w których łączy pracę nad mindsetem z praktycznymi narzędziami biznesowymi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- prezentacja w wersji elektronicznej dawana na koniec szkolenia.
- na życzenie osoby ze szczególnymi potrzebami dostawca udostępnia materiały w formie zapewniającej dostępność.

Warunki techniczne

1. Sprzęt Komputerowy i Mobilny

Element	Wymagania Techniczne	Cel / Uzasadnienie
Komputer/Laptop	Procesor min. i3 (lub równoważny), min. 4 GB RAM.	Do stabilnej obsługi platformy szkoleniowej i jednoczesnego korzystania z narzędzi webowych (Meta Ads, ChatGPT, Canva).

Smartfon	Nowoczesny smartfon (iOS lub Android) z dobrą kamerą i wystarczającą pamięcią (min. 5 GB wolnego miejsca).	Do praktycznych ćwiczeń z nagrywania, edycji rolek (CapCut) oraz obsługi aplikacji Meta.
Kamera / Mikrofon	Sprawną kamerę internetową i mikrofon (wbudowane w laptopa lub zewnętrzny zestaw słuchawkowy).	Do aktywnego udziału w sesjach Q&A, pracy warsztatowej oraz ćwiczeń z pewnością siebie w sieci.
Drugi ekran (opcjonalnie)	Zalecany, ale nieobowiązkowy.	Ułatwia jednoczesne oglądanie prezentacji i wykonywanie ćwiczeń praktycznych na własnym koncie (np. w Meta Ads).

2. Połączenie Internetowe

Element	Wymagania Techniczne	Cel / Uzasadnienie
Stabilność połączenia	Stabilne łącze internetowe o minimalnej prędkości pobierania/wysyłania: 5 Mb/s (zalecane: 10 Mb/s lub więcej).	Do płynnego uczestnictwa w zajęciach w czasie rzeczywistym, bez zacinania się wideo/audio.
Połączenie kablowe	W miarę możliwości, zalecamy połączenie się kablem Ethernet zamiast Wi-Fi.	Minimalizuje ryzyko niestabilności łącza podczas kluczowych warsztatów.

3. Oprogramowanie i Dostępny

- **Platforma Szkoleniowa:** Wymagana aktualna przeglądarka internetowa (Google Chrome, Firefox, Edge).
- **Konta Social Media:** Aktywne i skonfigurowane konto firmowe/osobiste na **Facebooku** oraz **Instagramie**.
- **Meta Business Manager:** Dostęp do **Menedżera Reklam (Meta Ads)** – niezbędny do części poświęconej praktycznemu ustawianiu kampanii.
- **Narzędzia Kreatywne:** Zainstalowane, podstawowe aplikacje, takie jak **Canva** (dostęp darmowy lub Pro) oraz **CapCut** (do edycji wideo na smartfonie).
- **Narzędzia AI:** Założone, darmowe konto w **ChatGPT** lub innym narzędziu AI do pracy z tekstem.

Kontakt



Joanna Chylewska-Michałek

E-mail kontakt@joannachylewska.pl

Telefon (+48) 668 835 808