



Strategia marketingowa dla agencji nieruchomości - szkolenie

Numer usługi 2025/11/27/148422/3175877

800,00 PLN brutto

800,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

INSTYTUT
"RÓWNOŚĆ I
DOSTĘPNOŚĆ"
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

184 oceny

📍 Łódź / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 8 h

📅 16.01.2026 do 16.01.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana jest do właścicieli i menedżerów agencji nieruchomości, specjalistów ds. marketingu w branży real estate oraz osób odpowiedzialnych za rozwój agencji lub planujących rebranding.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	5
Data zakończenia rekrutacji	01-01-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	8
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestnika do samodzielnego opracowania kompletnej strategii marketingowej, dopasowanej do realiów rynku nieruchomości. Po zakończeniu usługi uczestnik jest przygotowany do zaprojektowania i wdrożenia planu

działań marketingowych, który pozwoli zwiększyć rozpoznawalność agencji, efektywnie generować leady (klientów) oraz budować długotrwałe relacje z kupującymi i sprzedającymi.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje i segmentuje grupy docelowe (Buyer Persona) na rynku nieruchomości.	Identyfikuje kluczowe potrzeby i problemy (punkty bólu) klientów (sprzedających i kupujących). 1.2: Definiuje unikalną propozycję wartości (USP) agencji w oparciu o jej wyróżniki.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Dobiera kanały komunikacji do celów marketingowych i grupy docelowej.	Rozróżnia funkcje i zastosowanie kluczowych kanałów (np. Social Media, Google, outdoor, mailing) w lejku marketingowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Opisuje proces generowania leadów i budowania relacji w branży nieruchomości.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Definiuje cele i wskaźniki (KPI) dla strategii marketingowej.	Formułuje cele marketingowe zgodnie z metodologią SMART.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Przyporządkowuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) do zdefiniowanych celów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opisuje zastosowanie narzędzi i planowania treści (content marketing).	Wskazuje przykłady narzędzi wspierających pracę agencji (np. CRM, AI, Meta Ads).	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje elementy harmonogramu publikacji (content planu).	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

Warunki organizacyjne

- **Czas trwania usługi:** 8 godzin zegarowych (60 min).
- **Przerwy:** Wliczone w czas usługi rozwojowej (dwie przerwy kawowe po 15 min; jedna przerwa lunchowa 45 min).
- **Warunki lokalowe:** Sala warsztatowa wyposażona w projektor, flipchart, dostęp do Wi-Fi.
- **Miejsce realizacji:** ul. Ludwika Zamenhofa 38/1, 90-547 Łódź
- **Walidacja:** Walidacja (15 minut na uczestnika) przeprowadzana jest w formie **Testu teoretycznego z wynikiem generowanym automatycznie**.

Ramowy program usługi

Usługa realizowana jest w formie interaktywnego warsztatu stacjonarnego [T/P].

Moduł 1: Wprowadzenie i diagnoza obecnej sytuacji

- • Analiza dotychczasowych działań marketingowych, rozpoznawalność marki, analiza konkurencji, diagnoza mocnych i słabych stron (SWOT).

Moduł 2: Określenie grupy docelowej i propozycji wartości

- • Warsztat: Tworzenie buyer person (klienci kupujący i sprzedający).
- Identyfikacja potrzeb i problemów klientów.
- Budowanie wyróżników agencji i unikalnej propozycji wartości (USP).

Moduł 3: Ustalanie celów i kierunków działań

- • Definicja celów marketingowych zgodnie z metodologią SMART.
- Określenie kluczowych wskaźników efektywności (KPI) dla działań marketingowych.

Moduł 4: Kanały komunikacji i budowa lejka marketingowego

- • Dobór efektywnych kanałów: Social Media (Meta), Google, lokalne kampanie, outdoor, e-mail marketing, współprace partnerskie.
- Strategie generowania leadów (pozyskiwania klientów).
- Budowanie i utrzymywanie relacji z klientami (CRM).

Moduł 5: Content marketing i plan publikacji

- • Tworzenie pomysłów na treści angażujące grupę docelową.
- Opracowanie harmonogramu publikacji (content plan).
- Narzędzia do planowania, analityki i wykorzystanie AI w tworzeniu treści.

Moduł 6: Podsumowanie i plan wdrożenia

- • Przygotowanie roadmapy działań (planu wdrożeniowego).
- Rekomendacje strategiczne do wdrożenia w agencji.

Moduł 7: Walidacja

- • Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Wprowadzenie i diagnoza obecnej sytuacji	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 10 Określenie grupy docelowej i propozycji wartości	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	10:00	11:30	01:30
3 z 10 Przerwa	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	11:30	11:45	00:15
4 z 10 Ustalanie celów i kierunków działań	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	11:45	12:45	01:00
5 z 10 Przerwa	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	12:45	13:30	00:45
6 z 10 Kanały komunikacji i budowa lejka marketingowego	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	13:30	15:00	01:30
7 z 10 Przerwa	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	15:00	15:15	00:15
8 z 10 Content marketing i plan publikacji	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	15:15	16:15	01:00
9 z 10 Podsumowanie i plan wdrożenia	Paweł Wielkopolan	16-01-2026	16:15	16:45	00:30
10 z 10 Walidacja	-	16-01-2026	16:45	17:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Wielkopolan

Ekspert z ponad 20-letnim doświadczeniem w marketingu, komunikacji i rozwoju marek. Posiada praktyczne doświadczenie we współpracy z firmami z wielu sektorów, w tym z branży deweloperskiej. Tworzył strategie komunikacji, prowadził projekty promocyjne i szkoleniowe. Łączy perspektywę praktyka i stratega, wierząc w marketing oparty na autentyczności i wartościach. Posiadane przez niego doświadczenie zawodowe i kwalifikacje spełniają wymogi BUR.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzymuje na początku usługi komplet materiałów warsztatowych:

- Workbook warsztatowy (w formie drukowanej lub PDF).
- Szablon strategii marketingowej agencji nieruchomości (gotowy do wypełnienia).
- Lista rekomendowanych narzędzi (m.in. AI, Canva, Meta Ads, CRM).

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia/certyfikatu jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz uzyskanie pozytywnej oceny na podstawie wyniku walidacji.
- Zapis na usługę musi nastąpić najpóźniej na 1 dzień przed datą jej rozpoczęcia.
- Usługa obejmuje dodatkową konsultację follow-up z prowadzącym po zakończeniu warsztatu.

Adres

ul. Ludwika Zamenhofa 38/1

90-547 Łódź

woj. łódzkie

Kontakt



Danuta Gerts

E-mail danuta.gerts@irid.org.pl

Telefon (+48) 505 267 410