



"FORECAST
CONSULTING"
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,7 / 5

42 oceny

Tiktok i Instagram jako platformy sprzedażowe.

Numer usługi 2025/12/01/37822/3182846

📍 Łódź / stacjonarna

👤 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 28.02.2026 do 01.03.2026

1 968,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

123,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Grupę docelową stanowią: -Właściciele i managerowie e-commerce; -Specjaliści ds. marketingu i social media; -Startupy i początkujący przedsiębiorcy; -Studenci
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	26-02-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do skutecznego wykorzystania TikToka i Instagrama jako nowoczesnych narzędzi sprzedażowych. Uczestnicy zdobędą wiedzę i praktyczne umiejętności pozwalające na tworzenie angażujących treści, budowanie społeczności oraz prowadzenie działań sprzedażowych i promocyjnych w sposób autentyczny i dopasowany do specyfiki każdej z platform.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
WIEDZA: - Zrozumienie specyfiki platform TikTok i Instagram: Uczestnik rozumie różnice w demografii użytkowników, formatach treści i algorytmach obu platform, co pozwala na dostosowanie strategii sprzedażowych do każdej z nich. - Znajomość narzędzi sprzedażowych i funkcji platform: Uczestnik zna dostępne funkcje sprzedażowe na TikToku i Instagramie (np. Sklep, Shopping Stickers, TikTok Shop), rozumie ich działanie i potrafi je efektywnie wykorzystać w e-commerce.	Sposób weryfikacji efektów uczenia się Obejmuje etapy: 1. Zakres – dla szkolenia zdefiniowano grupę docelową oraz zdefiniowano jego zakres.	Test teoretyczny
UMIEJĘTNOŚCI: -Tworzenie angażujących treści sprzedażowych na TikTok i Instagram: Uczestnik potrafi tworzyć kreatywne i autentyczne treści (video i graficzne), które przyciągają uwagę użytkowników i skutecznie promują produkty, uwzględniając specyfikę każdej platformy. -Budowanie zaangażowanej społeczności i konwersji: Uczestnik potrafi budować relacje z obserwatorami, wykorzystywać interaktywne funkcje platform do angażowania społeczności i projektować ścieżki zakupowe, które prowadzą do konwersji na TikToku i Instagramie	2. Wzorzec – zdefiniowano standard wymagań, tj. efektów uczenia się, które osiągną uczestnicy w wyniku udziału w szkoleniu	Test teoretyczny
KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Budowanie autentyczności i zaufania w relacjach z klientami Umiejętność reagowania na feedback i budowania dialogu	3. Ocena – po zakończeniu szkolenia zostanie przeprowadzona weryfikacja efektów uczenia się na podstawie: test wiedzy.	Test teoretyczny
	4. Porównanie – porównanie uzyskanych wyników w pkt. 3 (ocena) z przyjętymi wymaganiami (z pkt. 2 - wzorzec).	Test teoretyczny

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

Jak skutecznie sprzedawać na najważniejszych platformach social commerce?

1. Jak działa algorytm TikToka i Instagrama?
2. Trendy na TikToku i Instagramie – co sprzedaje najlepiej?
3. Strategie na viralowe treści, które zwiększają sprzedaż
4. Jak prowadzić skuteczne live'y sprzedażowe?
5. Wykorzystanie AI i automatyzacji w social commerce
6. Jak skutecznie tworzyć i optymalizować bio, opisy i hashtagi?
7. Social selling vs. klasyczna reklama – co lepiej działa?
8. Jak tworzyć content pod TikTok Shop i Instagram Shopping?
9. Testowanie i analizowanie skuteczności treści – jak optymalizować wyniki?
10. Case study: marki, które zbudowały sukces na TikToku i Instagramie

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 3

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 3 Tiktok i Instagram jako platformy sprzedażowe.	Antonina Piotrowska	28-02-2026	09:00	15:00	06:00
2 z 3 Tiktok i Instagram jako platformy sprzedażowe.	Antonina Piotrowska	01-03-2026	09:00	14:30	05:30
3 z 3 Walidacja	-	01-03-2026	14:30	15:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 968,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	123,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Antonina Piotrowska

Specjalistka w obszarze social media marketingu, video contentu i influencer marketingu w e-commerce. Od kilku lat rozwija marki w internecie – zarówno jako strateg, jak i twórczyni. Na co dzień prowadzi własną agencję kreatywną, wspierając firmy w budowaniu silnej obecności online. Tworzy kampanie oparte na autentyczności, trendach i angażującym przekazie – ze szczególnym naciskiem na TikToka, Instagrama i short-form video.

Z wykształcenia dziennikarka i specjalistka ds. komunikacji wizualnej, aktualnie poszerza swoją wiedzę z zakresu zarządzania biznesem i IT. Łączy kreatywność z myśleniem strategicznym i znajomością mechanizmów rządzących współczesnym e-commerce. Przez cztery lata współtworzyła jeden z największych miejskich kanałów na TikToku, dziś koncentruje się na rozwoju własnej marki osobistej oraz projektach dla klientów.

Temat influencer marketingu zna zarówno od strony twórcy internetowego, jak i agencji – potrafi spojrzeć na działania w social mediach z wielu perspektyw. Regularnie prowadzi szkolenia i wykłady, dzieląc się doświadczeniem z zakresu strategii treści, monetyzacji, budowania społeczności i skutecznej komunikacji w dynamicznym świecie nowych mediów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają:

- podstawowy pakiet materiałów szkoleniowych (notatnik, długopis),
- wybrane materiały udostępnione w formie drukowanej,
- zaświadczenie ukończenia szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Zgłoszenie udziału za pośrednictwem BUR lub przesłanie zgłoszenia drogą mailową: szkolenia@forecast.com.pl - we wskazanych terminach rekrutacji.

Wniesienie opłaty za udział w szkoleniu do 3 dni roboczych przed jego rozpoczęciem.

Aktywne uczestnictwo i otwartość, które zawsze wzmacniają efekty tego typu usług szkoleniowych

Warunkiem uruchomienia szkolenia jest udział min. 8 osób (wniesiona opłata).

Informacje dodatkowe

Usługa oferowana jako otwarta, ale może być również zrealizowana w formie zamkniętej u danego klienta - wymagana deklaracja udziału min. 8 osób. W takim wypadku cena nie obejmuje kosztów logistycznych: zapewnienia sali szkoleniowej, cateringu, zakwaterowania i wyżywienia trenera.

W przypadku usług dofinansowanych cena nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową.

Czas trwania prezentowany jest **w godzinach dydaktycznych** (1h = 45 minut) i **uwzględnia przerwy**.

Pytania prosimy wysyłać na adres: szkolenia@forecast.com.pl.

Informacje można uzyskać pod nr tel. 533 180 588

Adres

ul. Walerego Wróblewskiego 18/807

93-578 Łódź

woj. łódzkie

Szkolenie realizowane pod adresem wskazanym powyżej. Do dyspozycji uczestników będzie sala szkoleniowa, wyposażona w 15 stanowisk dla uczestników (biurko i krzesło) oraz stanowisko dla prowadzącego (biurko i krzesło), tablicę suchościeralną oraz rzutnik. W oknach zamontowano rolety nieprzepuszczające światła, co znacznie ułatwia prezentację materiałów multimedialnych. W budynku są windy. Sala jest klimatyzowana.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Agnieszka Pawłowska

E-mail szkolenia@forecast.com.pl

Telefon (+48) 601 900 760