



SMART BRAND
JOANNA CEPLIN

★★★★★ 4,7 / 5

16 ocen

Kampanie, które sprzedają (kampanie marketingowe, kampanie sprzedażowe, skuteczne kampanie reklamowe, marketing sprzedażowy, strategia marketingowa, strategia sprzedaży, planowanie kampanii, optymalizacja kampanii, analiza kampanii, reklama online, reklama internetowa, digital marketing, marketing)

Numer usługi 2025/12/22/144735/3226194

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 17 h

📅 02.02.2026 do 21.02.2026

1 590,00 PLN brutto

1 590,00 PLN netto

93,53 PLN brutto/h

93,53 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest dla:

- przedsiębiorców,
- marketerów,
- osób pracujących w sprzedaży,
- specjalistów ds. marketingu
- oraz wszystkich, którzy chcą zwiększyć skuteczność swoich kampanii i poprawić wyniki sprzedażowe.

Początkujących i średnio zaawansowanych.

Minimalna liczba uczestników

10

Maksymalna liczba uczestników

40

Data zakończenia rekrutacji

01-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

17

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 przygotowuje do samodzielnego planowania, realizacji i optymalizacji kampanii marketingowych oraz sprzedażowych w środowisku online. Po ukończeniu programu uczestnicy zdobędą praktyczną wiedzę z zakresu tworzenia strategii kampanii, definiowania grup docelowych, budowania lejków sprzedażowych oraz analizy skuteczności działań marketingowych. Szkolenie rozwija kompetencje potrzebne do pracy przy kampaniach reklamowych nastawionych na sprzedaż i wzrost wyników biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Formułuje cele kampanii marketingowych i sprzedażowych dostosowane do potrzeb biznesowych. Formułuje cele kampanii w oparciu o założenia sprzedażowe i marketingowe.	Opracowuje mierzalne wskaźniki efektywności kampanii (KPI).	Test teoretyczny
Analizuje potrzeby klientów i opracowuje strategię kampanii sprzedażowej. Analizuje grupę docelową oraz potrzeby klientów. Opracowuje persony marketingowe na potrzeby kampanii.	Uzasadnia przyjętą strategię kampanii względem celów biznesowych.	Test teoretyczny
Opracowuje strukturę kampanii marketingowej nastawionej na sprzedaż. Opracowuje lejek sprzedażowy dopasowany do oferty i grupy docelowej. Dobiera kanały komunikacji odpowiednie do założeń kampanii.	Projektuje ścieżkę klienta w kampanii marketingowej.	Test teoretyczny
Wykorzystuje narzędzia marketingowe i reklamowe do realizacji kampanii online. Wykorzystuje systemy reklamowe w planowaniu kampanii. Dobiera formaty reklamowe i komunikaty sprzedażowe.	Opracowuje harmonogram działań kampanijnych.	Test teoretyczny
Formułuje komunikaty sprzedażowe i ofertę dopasowaną do kampanii. Formułuje treści reklamowe zgodne z celem kampanii. Opracowuje ofertę sprzedażową dopasowaną do etapu lejka sprzedażowego.	Uzasadnia dobór komunikatów względem grupy docelowej.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje wyniki kampanii i optymalizuje działania marketingowe. Analizuje dane kampanii i interpretuje wyniki. Opracowuje rekomendacje optymalizacyjne na podstawie danych.	Wykorzystuje wskaźniki efektywności do oceny skuteczności kampanii.	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

Zajęcia odbywają się na żywo online w godzinach 19.00-21:15, bez planowanych przerw.

Walidacja wlicza się w czas trwania usługi.

Zajęcia prowadzone są tylko w formie teoretycznej, brak części praktycznej. To samo się tyczy egzaminu (test teoretyczny).

Dostęp do nagrań i materiałów dodatkowych przez 12 miesięcy.

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting.

Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

Zakres tematyczny:

02.02.2026 - Strategia jako fundament skutecznej kampanii

1. Rola strategii w kampanii.
2. Definiowanie celów kampanii.
3. Insight konsumencki jako serce skutecznej strategii.
4. Wpływ pozycjonowania, obietnicy marki i grupy docelowej na komunikację.

04.02.2026 - Proces rozwoju koncepcji kreatywnej kampanii

1. Proces tworzenia briefu. Na jakie pytania musimy sobie odpowiedzieć zanim zaczniemy pracę nad kampanią?
2. Jak zmierzyć kreatywność? Kryteria oceny koncepcji kampanii reklamowych.
3. Wyróżnialne zasoby marki i ich wpływ na efektywność kampanii.

09.02.2026 - Planowanie mediów

1. Rodzaje mediów i ich znaczenie w realizacji celów kampanii.
2. Egzekucja idei kreatywnej w różnych kanałach mediowych.
3. Elementy obowiązkowe dla materiałów reklamowych w ramach kampanii digitalowych.

11.02.2026 - Egzekucja kampanii

1. Cykl życia projektu – najlepsze praktyki i najczęściej popełniane błędy.
2. Skuteczna współpraca i komunikacja z zespołem i dostawcami.
3. Identyfikacja ryzyk w kampanii i zarządzanie kryzysem.

16.02.2026 - Pomiar efektywności

1. Praktyczne podejście do danych z różnych źródeł.
2. Jak unikać błędów w interpretacji wyników kampanii.
3. Czym jest atrybucja i jak działają ścieżki klienta.
4. Jak obliczyć podstawowe metryki efektywności.
5. Optymalizacja pod przyszłe kampanie.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Strategia jako fundament skutecznej kampanii: Rola strategii w kampanii. Definiowanie celów kampanii.	Magda Szajda-Banach	02-02-2026	19:00	19:45	00:45
2 z 16 Strategia jako fundament skutecznej kampanii: Insight konsumencki jako serce skutecznej strategii.	Magda Szajda-Banach	02-02-2026	19:45	20:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 16 Strategia jako fundament skutecznej kampanii: Wpływ pozycjonowania, obietnicy marki i grupy docelowej na komunikację.	Magda Szajda-Banach	02-02-2026	20:30	21:15	00:45
4 z 16 Proces rozwoju koncepcji kreatywnej kampanii Proces tworzenia briefu.	Kamil Andrzejewski	04-02-2026	19:00	19:45	00:45
5 z 16 Proces rozwoju koncepcji kreatywnej kampanii: Jak zmierzyć kreatywność? Kryteria oceny koncepcji kampanii reklamowych.	Kamil Andrzejewski	04-02-2026	19:45	20:30	00:45
6 z 16 Proces rozwoju koncepcji kreatywnej kampanii: Wyróżnialne zasoby marki i ich wpływ na efektywność kampanii.	Kamil Andrzejewski	04-02-2026	20:30	21:15	00:45
7 z 16 Planowanie mediów Rodzaje mediów i ich znaczenie w realizacji celów kampanii. .	Kamil Andrzejewski	09-02-2026	19:00	19:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 16 Planowanie mediów: Elementy obowiązkowe dla materiałów reklamowych w ramach kampanii digitalowych.	Kamil Andrzejewski	09-02-2026	20:30	21:15	00:45
9 z 16 Egzekucja kampanii Cykl życia projektu – najlepsze praktyki i najczęściej popełniane błędy.	Magda Szajda-Banach	11-02-2026	19:00	19:45	00:45
10 z 16 Egzekucja kampanii: Skuteczna współpraca i komunikacja z zespołem i dostawcami.	Magda Szajda-Banach	11-02-2026	19:45	20:30	00:45
11 z 16 Egzekucja kampanii : Identyfikacja ryzyk w kampanii i zarządzanie kryzysem.	Magda Szajda-Banach	11-02-2026	20:30	21:15	00:45
12 z 16 Pomiar efektywności Praktyczne podejście do danych z różnych źródeł. Jak unikać błędów w interpretacji wyników kampanii.	Marta Dziewulska-Zagula	16-02-2026	19:00	19:45	00:45
13 z 16 Pomiar efektywności: Czym jest atrybucja i jak działają ścieżki klienta. Jak obliczyć podstawowe metryki efektywności.	Marta Dziewulska-Zagula	16-02-2026	19:45	20:30	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 16 Pomiar efektywności : Optymalizacja pod przyszłe kampanie.	Marta Dziewulska-Zagula	16-02-2026	20:30	21:15	00:45
15 z 16 Planowanie mediów: Egzekucja idei kreatywnej w różnych kanałach mediowych.	Kamil Andrzejewski	19-02-2026	19:45	20:30	00:45
16 z 16 Walidacja	-	21-02-2026	16:00	21:45	05:45

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 590,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 590,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	93,53 PLN
Koszt osobogodziny netto	93,53 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 3



1 z 3

Magda Szajda-Banach

Global Brand Manager w firmie kosmetycznej Coty

Pracując w start-upie i globalnych korporacjach zdobyła bogate doświadczenie w budowaniu lokalnych i międzynarodowych marek. Miała okazję planować i realizować strategię portfolio i komunikacji dla ponad 11 marek z różnych kategorii (w tym liderów rynkowych w swoich kategoriach) – od branży technologicznej, poprzez alkoholową, chemię gospodarczą, a obecnie w świecie beauty.



2 z 3

Kamil Andrzejewski

Regional Senior Brand Manager
w Pepsico

Ponad 10 lat doświadczenia w marketingu w czołowych firmach rynku FMCG oraz agencjach marketingowych. Zarządzał globalnymi i lokalnymi markami w segmentach kosmetyków, chemii gospodarczej oraz napojów. Obecnie jako Regional Brand Manager odpowiada za rozwój strategii i platform komunikacyjnych dla ponad 20 rynków w Europie Wschodniej



3 z 3

Marta Dziewulska-Zagula

Head of Marketing w eZebra

Ekspertka marketingu e-commerce z podejściem data-driven. Doświadczenie budowane w agencjach i domach mediowych nauczyło ją skutecznego łączenia twardej analityki z kreatywnym podejściem do budowania marki. Obecnie jako Head of Marketing w branży beauty e-commerce odpowiada za kompleksowy rozwój marki i jej wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Zajęcia odbywają się zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy streamingowej ZOOM lub ClickMeeting.

Dodatkowo materiały edukacyjne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

Dostęp do zajęć/nagrań ważny jest przez 12 miesięcy od momentu zakończenia szkolenia.

Więcej informacji o szkoleniu, kadrze oraz rekomendacjach znajduje się na stronie <https://imok.edu.pl/specjalista-do-spraw-mediow-spolesnoscowych/>

Informacje dodatkowe

Walidacja wliczona jest w czas trwania szkolenia i ujęta jest w harmonogramie.

Opłata za szkolenie jest zwolniona z podatku VAT.

Zwolnienie ze względu na rodzaj prowadzonej działalności (art. 43 ust. 1 pkt 26 ustawy o VAT)

Kody GTU: GTU_12

Warunki techniczne

1. Platforma/rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa: szkolenie odbywa się za pośrednictwem platformy ZOOM. Materiały dydaktyczne wraz z nagraniami wideo umieszczone są w dedykowanej platformie szkoleniowej pod adresem <https://platforma.imok.edu.pl>

2. Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji: komputer z procesorem Intel Pentium 4 lub nowszy, obsługujący SSE2, 2 GB pamięci RAM, zainstalowany jeden z systemów operacyjnych Windows 7,8,10, macOS 10.9 lub nowszy. Dodatkowo wbudowany lub zewnętrzny mikrofon, opcjonalnie kamera video. (Do obsługi wideo w jakości

HD wymagany jest procesor Intel drugiej generacji i3/i5/i7 2,2 GHz, odpowiednik firmy AMD lub lepszy). Android z systemem 5.0 lub nowszy/iPhone z systemem iOS 11.0 lub nowszy.

3. Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik:

<https://support.google.com/a/answer/1279090>

4. Niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów: Przeglądarka Google Chrome lub Mozilla Firefox, Adobe Reader, Pakiet biurowy np Libre Office, Open office lub Microsoft office.

5. Linki do zajęć ważne są PRZEZ 12 miesięcy od daty zakupu.

6. Więcej informacji o szkoleniu, kadrze oraz rekomendacjach znajduje się na stronie:

<https://imok.edu.pl/specjalista-do-spraw-mediow-spolesczeniowych/>

Kontakt



Radosław Ceplin

E-mail radek@imok.edu.pl

Telefon (+48) 501 581 138