



Instagram & Sprzedaż B2B: Jak budować markę osobistą i pozyskiwać klientów przez social media

Numer usługi 2026/01/19/180138/3267357

2 900,00 PLN brutto
2 900,00 PLN netto
181,25 PLN brutto/h
181,25 PLN netto/h

HC SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

982 oceny

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 16.04.2026 do 17.04.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

To szkolenie będzie idealne dla:

- freelancerów,
- właścicieli małych i średnich firm,
- specjalistów ds. marketingu,
- osób z branży kreatywnej i usługowej,
- każdego, kto chce wykorzystać Instagram i dobre praktyki sprzedażowe do budowania relacji i zdobywania klientów – nie tylko B2B.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

15-04-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości TGLS Quality Alliance

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwinięcie praktycznych umiejętności uczestników w zakresie budowania silnej marki osobistej oraz skutecznego pozyskiwania klientów B2B z wykorzystaniem Instagrama i technik sprzedaży relacyjnej. Uczestnicy nauczą się planować i tworzyć angażujące treści na Instagram, które wspierają sprzedaż, budują zaufanie oraz pozycjonują ich jako ekspertów w swojej branży.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje etapy lejka marketingowego w kontekście działań na Instagramie.	wskazuje poprawną kolejność etapów lejka (świadomość, zainteresowanie, decyzja, działanie) oraz przypisuje im adekwatne działania marketingowe w pytaniu typu „dopasuj elementy”.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Rozróżnia zastosowania i funkcje formatów treści na Instagramie (Posty, Stories, Reels, Karuzele).	wybiera właściwy format treści dla wskazanego celu marketingowego w pytaniu jednokrotnego wyboru	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Planuje miesięczny harmonogram treści na Instagramie z uwzględnieniem celów komunikacyjnych.	wybiera poprawną sekwencję i częstotliwość publikacji dla różnych typów treści na podstawie scenariusza w pytaniu testowym.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Projektuje strukturę komunikacji marki na Instagramie, opartą o strategię marketingową.	identyfikuje właściwe elementy strategii (cel, grupa docelowa, typ treści) w pytaniu wielokrotnego wyboru na podstawie opisu przypadku.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uzasadnia dobór konkretnych treści w kontekście budowania relacji z odbiorcą B2B.	analizuje krótkie scenariusze i wybiera treści, które najlepiej wspierają budowanie zaufania w pytaniu testowym z uzasadnieniem.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Ocenia potencjał współpracy z influencerami w strategii B2B.	na podstawie krótkiego opisu profilu influencera wybiera tych, którzy są najlepiej dopasowani do celów B2B, w pytaniu sytuacyjnym wielokrotnego wyboru.	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

Dzień 1: Instagram – strategia, treści, efektywność

1. Wprowadzenie

- Cele szkolenia, poznanie uczestników
- Dlaczego Instagram i sprzedaż B2B to dobre połączenie?

1. Instagram z celem – strategia działania

- Jakie cele możemy realizować przez Instagram?
- Lejek marketingowy w praktyce: jak prowadzić odbiorcę od obserwacji do zakupu
- Marka osobista vs. marka firmy – co pokazywać?

1. Treści, które przyciągają i sprzedają

- Posty, Stories, Reels, Karuzele – co, jak i po co?
- Storytelling, który buduje zaufanie i ciekawość
- Praktyczne ćwiczenia: tworzenie posta i Story

1. Instagram, który pracuje za Ciebie

- Jak planować publikacje bez straty czasu
- Narzędzia do organizacji contentu
- Automatyzacje i harmonogramy (30-dniowy plan treści)

1. Influencerzy i współprace

- Jak wybrać właściwych partnerów?
- Mikroinfluencerzy w B2B? Tak!
- Case studies + mini ćwiczenie

Dzień 2: Sprzedaż i komunikacja w B2B – skutecznie, autentycznie, z efektem

1. Dzień dobry, rozgrzewka networkingowa

2. Mów językiem klienta – komunikacja w sprzedaży B2B

- Jak odróżnić się w świecie ofert i autopromocji?
- Autentyczność i relacyjność jako przewagi
- Tworzenie wartościowej oferty (nie tylko cenowej)

1. Rozmowa sprzedażowa bez spiny

- Struktura rozmowy: od potrzeby do decyzji
- Jak radzić sobie z obiekcjami („musimy się zastanowić”, „za drogo”)
- Follow-up, który nie wkurza

1. Pozyskiwanie klientów: mail, telefon, Instagram

- Cold mailing i cold calling – z szacunkiem, nie z nachalnością
- Jak pisać wiadomości, które są czytane?
- Social selling – jak prowadzić rozmowy przez Instagram/LinkedIn

1. Twój plan działania + Q&A

- Stworzenie własnej mini-strategii na kolejne 30 dni
- Omówienie przykładów uczestników

1. Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie - walidacja

Szkolenie odbywa się w godzinach dydaktycznych, czyli 1 godzina szkolenia równa się 45 minut.

W ciągu dnia zostały uwzględnione 2 przerwy po 30 minut które nie są wliczane do czasu trwania usługi.

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia realizowane są metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 2

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 2 DZIEŃ I	DOMINIK HAMERA	16-04-2026	08:00	15:00	07:00
2 z 2 DZIEŃ II	DOMINIK HAMERA	17-04-2026	08:00	15:00	07:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	181,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	181,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

DOMINIK HAMERA

Jestem doświadczonym szkoleniowcem i doradcą biznesowym z 10-letnim stażem, specjalizującym się w pozyskiwaniu funduszy (ponad 200 mln zł dla klientów) oraz kompleksowym wsparciu w zarządzaniu, motywacji i optymalizacji procesów organizacyjnych. Absolwent AWF Warszawa (kierunek: Wychowanie Fizyczne, specjalność: Menedżer), łączę wiedzę akademicką z praktyką biznesową, prowadząc szkolenia z zakresu tworzenia dokumentów unijnych, automotywacji, radzenia sobie ze stresem oraz skutecznego zarządzania dla właścicieli firm, kadry kierowniczej i sektora MŚP. Z ponad 2000 godzin szkoleń i 3000 przeszkolonych osób, oferuję spersonalizowane rozwiązania, które przekładają się na mierzalne sukcesy – od pozyskania finansowania po wzrost efektywności zespołów. Moja misja? Przekazywać wiedzę, która napędza rozwój zarówno firm, jak i ich zespołów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Planner treści na Instagram (30 dni)
- Harmonogram publikacji postów i Stories
- Checklista: „Czy Twoje treści sprzedają?”
- Szablon oferty B2B (PDF/Word)
- Skrypt rozmowy sprzedażowej (telefon/mail)
- Lista przykładowych tematów do postów (branżowo-neutralna)
- Mini-ebook: „Storytelling w sprzedaży”

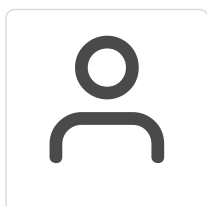
Informacje dodatkowe

Do wybranej metody walidacji nie jest potrzebny walidator, ponieważ uczestnicy dostają link do wypełnienia testu

Warunki techniczne

1. platforma komunikacyjna - Microsoft Teams
2. wymagania sprzętowe: komputer stacjonarny/laptop, mikrofon, słuchawki/ głośniki, system operacyjny minimum Windows XP/MacOS High Sierra, min 2 GB pamięci RAM, pamięć dysku minimum 10GB,
3. sieć: łącze internetowe minimum 50 kb/s,
4. system operacyjny minimum Windows XP/MacOS High Sierra, przeglądarka internetowa (marka nie ma znaczenia)
5. okres ważności linku: od 1 h przed godziną rozpoczęcia szkolenia w dniu pierwszym do godziny po zakończeniu szkoleń w dniu ostatnim

Kontakt



DOMINIK HAMERA

E-mail office@hameracapital.eu

Telefon (+48) 888 677 422