



E-mail marketing - szkolenie

Numer usługi 2026/01/21/161607/3273976

1 623,60 PLN brutto

1 320,00 PLN netto

162,36 PLN brutto/h

132,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute

Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

65 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 10 h

📅 20.02.2026 do 20.02.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Zapraszamy wszystkich, którzy potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w e-mail marketingu, a w szczególności:

- osoby, które działają online oferując usługi lub produkty
- specjaliści e-marketingu i PR odpowiedzialni za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami
- handlowcy pozyskujący klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)
- pracownicy sektora KM, chcący włączyć do swoich zadań zawodowych kompetencje z zakresu e-mailingu

Usługa jest zgodna z rekomendacjami Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

19-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

10

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do prowadzenia działań e-mailingowe dostosowanych do oczekiwań klientów, zmniejszając ryzyko uznania wysyłanych wiadomości jako spam. Budowania bazy mailingowej, projektowania interesujących wiadomości zachęcających do zakupu, redagowania i formatowania newsletterów, analizowania wyników i optymalizowania kampanii pod kątem skuteczności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się umiejętnościami z zakresu planowania działań marketingowych z wykorzystaniem e-mailingu	identyfikuje i analizuje zachowania demograficzno-psychologiczne, w tym motywacje do pozostawiania danych osobowych i interakcji online do planowania działań marketingowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Buduje własną bazę odbiorców, wskazuje możliwości i sposoby zakupu i budowania baz mailingowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Segmentuje bazy z wykorzystaniem analizy RFM.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Projektuje e-mailingi reklamowo – sprzedażowe, stosując zasady tworzenia skutecznej wiadomości i skutecznego przekazu sprzedażowego, dobierając słowa zachęcające do dalszego czytania. Ocenia jakość i skuteczność przykładowych mailingów.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Projektuje, redaguje i formatuje newslettery tekstowe i graficzne, stosując zasady rozmieszczania i eksponowania kluczowych treści, a także mechanizmów interaktywnych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Analizuje i wykorzystuje wyniki badań eyetrackingu do zwiększenia efektywności kampanii e-mailingowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera metody, techniki i narzędzia adekwatnie do zdefiniowanych celów kampanii. Stosuje kluczowe mierniki efektywności do monitorowania efektów kampanii, w tym wskaźnik zwrotu z inwestycji (ROI). Interpretuje wartości wskaźników efektywności w porównaniu do benchmarków rynkowych i branżowych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne: KOMPETENCJE SPOŁECZNE: Rozwija umiejętności analityczne i komunikacyjne w kontekście współpracy z zespołem	prezentuje analizę najważniejszych wskaźników marketingowych i uzasadniania swoje wnioski	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

Konsument w internecie – motywacje, aktywność, pozyskiwanie baz i segmentacja wraz z higieną bazy 2 h (2h teoria)

- Motywacje użytkowników do pozostawiania danych osobowych
- Jak pozyskiwać i budować własną bazę odbiorców?
- Własna, kupiona czy zlecenie wysyłki? – skuteczność, zasady, aspekty prawne przy budowaniu i zakupie baz mailingowych
- Segmentacja baz i analiza RFM – dane deklaratywne, behawioralne i transakcyjne

Jak napisać i zaprojektować skuteczny e-mailing reklamowo-sprzedażowy? 2 h (2h praktyka)

- Jak tworzyć temat wiadomości aby Twój mailing miał ponadprzeciętną otwieralność?
- Projektowanie wzorcowych mailingów od A do Z – grafika, tekst, CTA,...
- W jaki sposób odbiorca mailingu "skanuje" jego treść i co decyduje o kliknięciu?
- Dekalog tworzenia pro-sprzedażowych treści w mailingu – jak zachęcać do podjęcia akcji?

Projektowanie i redagowanie skutecznego newslettera (tekstowego i graficznego) 2 h 15 min (2h 15 min praktyka)

- Jak powinien wyglądać wzorcowy newsletter? Typy, rodzaje i funkcje: sprzedaż, wizerunek, lojalność, informacja, ePR
- Jak formatować treści w newsletterze – tekst, zdjęcia, wideo, bloki, czcionka, boksy, itp.?
- 5-star e-mail newsletter – optymalne wzorce i szablony rekomendowane przez ekspertów rynkowych
- Eyetracking – co widzimy i jak skanujemy newslettery?
- Triggery a automatyzacja e-mail marketingu

Jak skutecznie wysłać listy elektroniczne, by trafiły do celu? i Raportowanie i statystyki – co i w jaki sposób mierzyć? 1 h 15 min (1 h 15 min praktyka)

- Jak wysłać przygotowaną wiadomość by mieć pewność że dotarła?
- Spam – jak eliminować ryzyko lądowania w wiadomościach-śmieciach?
- Kluczowe mierniki efektywności – OR, CTR, CTOR, CR, delivery rate, spam score, bounce rate, churn rate.
- Benchmarki rynkowe i branżowe – jakie wartości osiągają poszczególne wskaźniki efektywności?
- Analityka e-mail marketingowa w pigułce

Walidacja jest online - 10 minut

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie e- mailingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45min.)

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników, przerwy uwzględnione są w harmonogramie i nie wliczają się do czasu trwania usługi.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Elementy praktyczne będą obejmować m.in.:

- Analiza najlepszych mailingów - przykłady dobrych i „złych” e-mailingów
- Projektowanie wzorcowego e-mailingu reklamowego w oparciu o badanie eye-tracking.
- Tworzenie skutecznych tematów wiadomości e-mail/newsletter
- Prezentacja przykładów i dobrych praktyk i recenzowanie ich przez uczestników
- Omówienie dostępnych rozwiązań i wybranego systemu mailingowego
- Najlepsze praktyki – newsletterowe przegląd i ocena newsletterów
- Budowanie bazy - motywacje i kryteria segmentacji
- Tworzenie tematu
- Projektowanie e-mailingu reklamowego + newslettera
- Weryfikacja spamu

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 6

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 6 Konsument w internecie - rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Artur Maciorowski	20-02-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 6 Jak napisać i zaprojektować skuteczny e-mailing reklamowo-sprzedażowy - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Artur Maciorowski	20-02-2026	11:00	13:00	02:00
3 z 6 Przerwa	Artur Maciorowski	20-02-2026	13:00	13:10	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 6 Projektowanie i redagowanie skutecznego newslettera - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Artur Maciorowski	20-02-2026	13:10	15:25	02:15
5 z 6 Jak skutecznie wysyłać listy elektroniczne, by trafiały do celu? Raportowanie i statystyki - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Artur Maciorowski	20-02-2026	15:25	16:30	01:05
6 z 6 Walidacja - test	-	20-02-2026	16:30	16:40	00:10

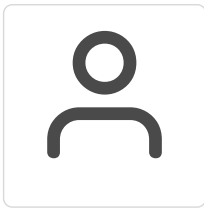
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 623,60 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 320,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	162,36 PLN
Koszt osobogodziny netto	132,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Maciorowski

Trener, konsultant i publicysta w zakresie emarketingu. Edukuje, opracowuje i konsultuje strategie internetowe w zakresie promocji i sprzedaży. Od 20 lat prowadzi szkolenia i warsztaty, w których wzięło udział ponad 10.000 uczestników. Przeprowadził ponad 1000 godzin szkolenia z zakresu e-mail marketingu. Wykładowca Szkoły Głównej Handlowej oraz tutor CIM „Digital Strategy” w Questus. Redaktor Prowadzący branżowego magazynu „Online Marketing Polska”. Autor książek: „E-marketing w Praktyce. Strategie skutecznej promocji online”, „Skuteczny e-mail marketing” oraz współautor „Wskaźników marketingowych”. Wykształcenie SGH Absolwent brytyjskiego programu The Chartered Institute of Marketing „Diploma in Professional Marketing” i certyfikowanego kursu „IBM Application framework for e-business” w Zurichu. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Lista zalecanych publikacji:

http://nowymarketing.pl/a/11193,jak-wykorzystac-email-i-content-marketing-do-dzialan-lead-nurturingowych?utm_source=Feed&utm_medium=RSS&utm_campaign=RSS?_r=1

http://nowymarketing.pl/a/11764,jak-zrobic-konkurs-dla-klientow-cz-iii-przykladowy-konkurs-z-wykorzystaniem-e-mail-marketingu?_r=1

<https://contentmarketinginstitute.com/2018/06/copywriting-email-conversions/>

<https://nowymarketing.pl/a/26051,e-mail>

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



PATRYCJA DĄBEK

E-mail p.dabek@dimaq.eu

Telefon (+48) 504 451 512