Możliwość dofinansowania

THE GLOW SPÓŁKA Z OGRANICZONĄ ODPOWIEDZIALNOŚCIĄ

Brak ocen dla tego dostawcy

Jak budować zaufanie i markę w mediach społecznościowych, która sprzedaje długofalowo.

Numer usługi 2026/01/28/199303/3290398

3 570,00 PLN brutto
3 570,00 PLN netto
223,13 PLN brutto/h
223,13 PLN netto/h

zdalna w czasie rzeczywistym
Usługa szkoleniowa
16 h
05.05.2026 do 06.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Informatyka i telekomunikacja / Internet
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm, kadry zarządzającej oraz osób odpowiedzialnych za komunikację i sprzedaż w mediach społecznościowych, które chcą budować zaufanie do marki i zwiększać skuteczność działań sprzedażowych w długim okresie. Adresowane jest do osób prowadzących profile firmowe w mediach społecznościowych, które chcą nauczyć się tworzyć komunikację sprzedażową opartą na relacjach, wartości i spójnej strategii, bez stosowania nachalnych technik sprzedaży. Uczestnikami mogą być zarówno osoby początkujące, jak i średnio zaawansowane, które chcą uporządkować swoje działania w social mediach i świadomie rozwijać markę osobistą lub firmową.
Minimalna liczba uczestników	10
Maksymalna liczba uczestników	100
Data zakończenia rekrutacji	04-05-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania i realizowania działań komunikacyjnych oraz sprzedażowych w mediach społecznościowych w oparciu o budowanie zaufania, relacji i spójnej strategii marki, bez stosowania nachalnych technik sprzedaży.

Uczestnicy nauczą się tworzyć treści i procesy komunikacyjne, które wspierają długofalową sprzedaż oraz świadome prowadzenie relacji z klientami.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Uczestnik rozumie zasady budowania zaufania i relacji z odbiorcami w mediach społecznościowych oraz mechanizmy wpływające na decyzje zakupowe klientów.	Uczestnik analizuje przykłady komunikacji marek w mediach społecznościowych i wskazuje elementy wpływające na zaufanie oraz długofalową sprzedaż.	Wywiad ustrukturyzowany
Uczestnik zna etapy ścieżki klienta w mediach społecznościowych oraz rolę treści, relacji i komunikacji w procesie sprzedażowym.	Uczestnik opisuje etapy ścieżki klienta od kontaktu z treścią do podjęcia decyzji zakupowej..	Wywiad ustrukturyzowany
Uczestnik potrafi zaplanować spójną ścieżkę komunikacji sprzedażowej prowadzącą od publikacji treści do kontaktu z klientem.	Uczestnik opracowuje prosty schemat działań komunikacyjnych w mediach społecznościowych.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik potrafi prowadzić rozmowy sprzedażowe w wiadomościach prywatnych w sposób nienachalny i relacyjny.	Uczestnik przedstawia sposób odpowiedzi na zapytanie klienta z wykorzystaniem zasad komunikacji relacyjnej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik odpowiedzialnie komunikuje ofertę w mediach społecznościowych, dbając o relacje, spójność przekazu i komfort odbiorcy.	Uczestnik uzasadnia dobór stylu komunikacji i form kontaktu z klientem w mediach społecznościowych.	Wywiad ustrukturyzowany
Uczestnik świadomie planuje działania sprzedażowe w mediach społecznościowych z uwzględnieniem długofalowego budowania marki.	Uczestnik prezentuje krótki plan działań sprzedażowych oparty na relacjach i wartości.	Analiza dowodów i deklaracji

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 – Fundamenty zaufania i decyzji zakupowych (8 godzin)

1. Wprowadzenie do sprzedaży relacyjnej w mediach społecznościowych (1 godz.)

– Różnice między sprzedażą nachalną a sprzedażą opartą na relacji

– Dlaczego zaufanie jest kluczowym czynnikiem decyzji zakupowych

– Rola komunikacji i spójnego wizerunku marki w social mediach

2. Psychologia decyzji zakupowych klientów (1 godz.)

– Emocje i potrzeby jako podstawa decyzji zakupowych

– Znaczenie bezpieczeństwa, autentyczności i estetyki komunikacji

– Wpływ treści edukacyjnych i wizerunkowych na sprzedaż

3. Ścieżka klienta w mediach społecznościowych (1 godz.)

– Etapy kontaktu klienta z marką: od treści do decyzji

– Rola postów, relacji i wiadomości prywatnych w procesie sprzedaży

– Najczęstsze miejsca utraty zainteresowania klienta

4. Profil w mediach społecznościowych jako narzędzie sprzedaży (1 godz.)

– Elementy profilu budujące wiarygodność i zaufanie

– Jak komunikować ofertę bez bezpośredniej sprzedaży

– Analiza przykładów profili marek

— przerwa —

5. Treści, które sprzedają bez presji (1 godz.)

– Rodzaje postów wspierających sprzedaż relacyjną

– Język korzyści i narracja dopasowana do odbiorcy

– Łączenie edukacji, emocji i oferty

6. Call to action w komunikacji relacyjnej (1 godz.)

– Jak zapraszać do kontaktu bez wywierania presji

– Przykłady miękkich CTA w postach i relacjach

– Najczęstsze błędy w komunikatach sprzedażowych

7. Relacje i kulisy pracy jako element budowania zaufania (1 godz.)

– Pokazywanie procesu, wartości i standardów pracy

– Budowanie autentycznego wizerunku marki

– Rola regularności i spójności komunikacji

8. Warsztat praktyczny – analiza i modyfikacja komunikacji (1 godz.)

– Praca na przykładach własnych treści uczestników

– Dostosowanie komunikatów do sprzedaży relacyjnej

———

Dzień 2 – Praktyczne wykorzystanie sprzedaży relacyjnej (8 godzin)

9. Komunikacja sprzedażowa w wiadomościach prywatnych (1 godz.)

– Zasady prowadzenia rozmów z klientem

– Odpowiadanie na zapytania w sposób relacyjny

– Schematy rozmów wspierających decyzję klienta

10. Oferta oparta na wartości, a nie cenie (1 godz.)

– Jak opisywać usługi w sposób zrozumiały i atrakcyjny

– Komunikowanie ceny bez obniżania wartości

– Budowanie spójnego przekazu oferty

11. Prosty model sprzedaży w mediach społecznościowych (1 godz.)

– Powtarzalny schemat działań sprzedażowych

– Łączenie treści, relacji i kontaktu bezpośredniego

– Organizacja pracy z komunikacją

12. Najczęstsze bariery i błędy w sprzedaży w social mediach (1 godz.)

– Chaos komunikacyjny i brak konsekwencji

– Nadmiar treści informacyjnych

– Brak jasnego zaproszenia do kontaktu

— przerwa —

13. Budowanie długofalowej wartości marki (1 godz.)

– Jak sprzedawać drożej bez podnoszenia cen

– Estetyka, język i ton komunikacji

– Spójność wizerunku marki

14. Warsztat – projektowanie własnej ścieżki sprzedażowej (1 godz.)

– Opracowanie indywidualnego schematu działań

– Dopasowanie komunikacji do własnej branży

15. Plan działań sprzedażowych na 14 dni (1 godz.)

– Plan publikacji i relacji

– Organizacja rozmów z klientami

– Utrzymanie regularności działań

16. Walidacja efektów uczenia się (0,5 godz.)

– Weryfikacja opracowanych schematów i planów

– Omówienie efektów pracy uczestników

17. Podsumowanie szkolenia (0,5 godz.)

– Wnioski i rekomendacje do dalszych działań

– Utrwalenie zasad sprzedaży relacyjnej

———

Podsumowanie czasu szkolenia:

• Teoria: 7,5 godz.

• Praktyka: 7,5 godz.

• Walidacja efektów uczenia się: 0,5 godz.

• Łączny czas szkolenia: 16 godzin

• Przerwy nie są wliczone w czas szkolenia

• Zajęcia prowadzone są w godzinach zegarowych

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 17

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Wprowadzenie do sprzedaży relacyjnej w mediach społecznościowych	Izabela Bełz-Kaczmarek	05-05-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 17 Psychologia decyzji zakupowych klientów w branży usługowej	Daniel Kaczmarek	05-05-2026	10:00	11:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 17 Ścieżka klienta - od kontaktu z treścią do decyzji zakupowej	Izabela Bełz-Kaczmarek	05-05-2026	11:15	12:15	01:00
4 z 17 Profil w mediach społecznościowych jako narzędzie sprzedaży relacyjnej	Daniel Kaczmarek	05-05-2026	12:15	13:15	01:00
5 z 17 Tworzenie treści sprzedażowych bez presji - dobre praktyki	Izabela Bełz-Kaczmarek	05-05-2026	14:00	15:00	01:00
6 z 17 Call to action I komunikacja zachęcająca do kontaktu	Daniel Kaczmarek	05-05-2026	15:00	16:00	01:00
7 z 17 Relacje i storytelling jako element sprzedaży usług	Izabela Bełz-Kaczmarek	05-05-2026	16:00	17:00	01:00
8 z 17 Warsztat: modyfikacja treści w kierunku sprzedaży relacyjnej	Daniel Kaczmarek	05-05-2026	17:00	18:00	01:00
9 z 17 Prowadzenie rozmów sprzedażowych w wiadomościach prywatnych	Izabela Bełz-Kaczmarek	06-05-2026	09:00	10:00	01:00
10 z 17 Budowanie oferty i komunikacja ceny bez presji sprzedażowej	Daniel Kaczmarek	06-05-2026	10:00	11:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 17 Mini-lejek sprzedażowy w mediach społecznościowych	Izabela Bełz-Kaczmarek	06-05-2026	11:15	12:15	01:00
12 z 17 Najczęstsze błędy w sprzedaży online i sposoby ich eliminacji	Daniel Kaczmarek	06-05-2026	12:15	13:15	01:00
13 z 17 Budowanie wartości usługi bez budowania ceny	Izabela Bełz-Kaczmarek	06-05-2026	14:00	15:00	01:00
14 z 17 Projektowanie własnej ścieżki sprzedaży	Daniel Kaczmarek	06-05-2026	15:00	16:00	01:00
15 z 17 Plan działań sprzedażowych w mediach społecznościowych	Izabela Bełz-Kaczmarek	06-05-2026	16:00	17:00	01:00
16 z 17 Walidacja efektów uczenia się	-	06-05-2026	17:00	17:30	00:30
17 z 17 Podsumowanie szkolenia i zakończenie	Izabela Bełz-Kaczmarek	06-05-2026	17:30	18:00	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 570,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 570,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto	223,13 PLN
Koszt osobogodziny netto	223,13 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2

1 z 2

Izabela Bełz-Kaczmarek

Izabela Bełz-Kaczmarek – wykładowczyni akademicka i trenerka z wieloletnim doświadczeniem w obszarze komunikacji wizualnej, mediów i nowych technologii. Od kilkunastu lat związana z branżą medialną, gdzie pracowała m.in. jako redaktorka, twórczyni treści i konsultantka strategii komunikacyjnych. Powadzi m.in. zajęcia z wystąpień publicznych, języka mediów oraz komunikacji wizualnej, łącząc wiedzę akademicką z praktyką branżową.

Ma doświadczenie w prowadzeniu szkoleń dla firm i organizacji, w tym warsztatów z komunikacji wizualnej, budowania wizerunku w social mediach oraz wykorzystania AI w marketingu i tworzeniu treści. W swojej pracy stawia na praktyczne umiejętności, aktualne narzędzia i przejrzyste metody, które pomagają uczestnikom szybko wdrożyć zmiany w codziennej pracy.
Doświadczenie zawodowe zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

2 z 2

Daniel Kaczmarek

Daniel Kaczmarek – twórca jednych z największych polskich i międzynarodowych serwisów rozrywkowych i lifestyle'owych, m.in. Kozaczek.pl, Para Los Curiosos i Dla Ciekawskich. Projekty, które współtworzył i prowadził, zgromadziły łącznie wielomilionową społeczność i zbudowały silną pozycję w globalnym ekosystemie mediów cyfrowych.

Specjalizuje się w rozwoju marek online, a do ich wizerunku podchodzi holistycznie – łączy strategię, estetykę, analitykę i narzędzia marketingowe w spójny system. Jest analityczny i z powodzeniem bada wzajemne wpływy różnych obszarów obecności marki w sieci: od treści i SEO, przez social media, po działania płatne i dane użytkowników. Jego wiedza obejmuje praktyczne wykorzystanie narzędzi reklamowych Meta i Google, dzięki czemu potrafi precyzyjnie skalować projekty i optymalizować ich wyniki.

W szkoleniach bazuje na realnych case studies i wieloletniej praktyce w prowadzeniu dużych, międzynarodowych projektów, dzięki czemu uczestnicy dostają konkretne, sprawdzone rozwiązania.
Doświadczenie zawodowe walidatora zostały zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymują komplet materiałów dydaktycznych przygotowanych na potrzeby realizacji usługi rozwojowej, w szczególności:

– prezentację szkoleniową w formacie PDF,

– zestaw materiałów edukacyjnych i ćwiczeń praktycznych,

– arkusze robocze wspierające planowanie działań komunikacyjnych i sprzedażowych,

– checklisty oraz przykładowe schematy komunikacji z klientem w mediach społecznościowych,

– wzory treści i struktur komunikatów możliwych do dalszej adaptacji w działalności uczestnika,

– listę rekomendowanych narzędzi i aplikacji wykorzystywanych w trakcie szkolenia.

Materiały szkoleniowe udostępniane są uczestnikom w formie elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Uczestnikiem szkolenia może być osoba zainteresowana rozwojem umiejętności z zakresu komunikacji marketingowej i sprzedaży relacyjnej w mediach społecznościowych.

Szkolenie jest skierowane w szczególności do przedsiębiorców, właścicieli firm, osób prowadzących działalność gospodarczą oraz pracowników odpowiedzialnych za kontakt z klientem, marketing lub sprzedaż.

Wymagana jest podstawowa obsługa komputera lub smartfona oraz dostęp do Internetu.

Nie są wymagane wcześniejsze kwalifikacje ani doświadczenie w sprzedaży lub marketingu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie ma charakter praktyczny i obejmuje ćwiczenia, analizy oraz pracę warsztatową opartą na rzeczywistych przykładach komunikacji sprzedażowej w mediach społecznościowych.

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów dydaktycznych w formie elektronicznej, w tym:

• prezentację szkoleniową,

• materiały ćwiczeniowe,

• przykładowe schematy komunikacji i modele sprzedaży relacyjnej.

Po zakończeniu szkolenia uczestnik otrzyma imienne zaświadczenie potwierdzające udział oraz nabyte kompetencje.

W przypadku realizacji szkolenia w formule online, link do spotkania zostanie przesłany uczestnikom drogą mailową przed rozpoczęciem zajęć.

Warunki techniczne

• stabilne łącze internetowe,

• komputer, laptop lub tablet z kamerą i mikrofonem,

• aktualna przeglądarka internetowa,

• możliwość korzystania z aplikacji szkoleniowych (np. Canva, ChatGPT, Meta Business Suite),

• dostęp do poczty e-mail w celu odbioru materiałów.

Kontakt

ZUZANNA NOGAJ

E-mail tnogaj@icloud.com

Telefon (+48) 882 713 548