



Projektowanie strategii komunikacji - szkolenie

Numer usługi 2026/01/29/161607/3292607

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
268,36 PLN brutto/h
218,18 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Interactive
Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

94 oceny

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 08:15 h
- 📅 08.10.2026 do 09.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Osoby chcące pogłębić swoją wiedzę i umiejętności w komunikacji marketingowej, z niewielkim doświadczeniem w marketingu.

Pracownicy działów strategii, kreacji oraz client service.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

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

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

07-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do wzmocnienia kompetencji strategicznych w marketingu, jaką jest tworzenie strategii komunikacji. Uczestnik pozna praktyczne narzędzia do samodzielnego tworzenia, wdrażania i mierzenia skuteczności strategii komunikacji. Celem usługi jest poznanie jak budować spójny i przemyślany wizerunek marki, który realnie wspiera osiągnięcie celów biznesowych, takich jak wzrost sprzedaży, pozyskiwanie nowych klientów czy budowanie lojalności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje pojęcia strategii komunikacji oraz jej znaczenia w kontekście celów biznesowych i marketingowych.	definiuje strategię komunikacji, jej elementy składowe i znaczenie dla sukcesu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje trzy filary audytu: analizę konkurencji, analizę własnej marki i analizę odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	definiuje poszczególne elementy budowania fundamentu przekazu w strategii komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opracowuje i prowadzi strategie marketingowe dla klientów lub swojej firmy	dobiera narzędzia komunikacji w zależności od celów i grupy docelowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdziela mierniki efektywności (KPI) i dobiera je w zależności od potrzeb	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście pracy zespołowej	opanuje kompetencję współpracy przy tworzeniu strategii i analizy rynkowej oraz zdolność do prezentacji i uzasadniania swoich wniosków	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Moduł 1: Fundamenty Sukcesu – Analiza Strategiczna i Zrozumienie Rynku (55 min teoria, 1 h praktyka)

Część merytoryczna:

1. Dlaczego strategia zaczyna się od analizy? Omówienie, jak rzetelna analiza sytuacji wyjściowej firmy, jej otoczenia i dotychczasowych działań stanowi punkt wyjścia dla każdej profesjonalnej strategii.
2. Trzy filary audytu:
 - Analiza konkurencji: Jak badać strategiczne (przekaz, obietnica marki, reason to believe) i taktyczne (kanały, formaty, język, częstotliwość) działania rywali, by znaleźć swoją unikalną przestrzeń.
 - Analiza własnej marki (analiza SWOT): Identyfikacja mocnych i słabych stron, szans i zagrożeń jako podstawa do wyznaczania realistycznych celów.
 - Analiza odbiorców: Jak wyjść poza demografię i odkryć prawdziwe insighty konsumenckie – problemy, rozterki i ukryte motywacje, które napędzają decyzje zakupowe.
1. Proces komunikacji marketingowej: Zrozumienie kluczowych elementów: nadawcy, odbiorcy, przekazu, kanału, szumów informacyjnych i sprzężenia zwrotnego, by świadomie zarządzać komunikacją.

Część praktyczna:

- Warsztat 1: Błyskawiczny audyt konkurencji. Uczestnicy, korzystając z przygotowanego szablonu, przeprowadzą analizę komunikacji wybranego konkurenta, identyfikując jego główne przekazy i słabe punkty, które można wykorzystać.
- Warsztat 2: Tworzenie proto-persony i pętli decyzyjnych. Uczestnicy rozpoczną pracę nad zdefiniowaniem profilu kluczowego klienta, mapując jego proces decyzyjny i bariery, które napotyka na drodze do zakupu.

Moduł 2: Serce Strategii – Cele, Grupy Docelowe i Rdzeń Komunikacji (55 min teoria, 55 min praktyka)

Część merytoryczna:

1. Wyznaczanie celów metodą SMART: Jak formułować cele, by były konkretne, mierzalne, osiągalne, realne i określone w czasie (Specific, Measurable, Achievable, Realistic, Time-bound). Omówienie hierarchii celów: od biznesowych po komunikacyjne.
2. Precyzyjne określanie grup docelowych: Segmentacja rynku i tworzenie szczegółowych person, by komunikować się w sposób spersonalizowany i skuteczny.
3. Budowanie fundamentu przekazu:
 - Propozycja Wartości (Value Proposition): Definiowanie unikalnych korzyści, które Państwa oferta dostarcza klientom.
 - Kluczowy Przekaz (Key Message): Tworzenie prostego, zrozumiałego i zapadającego w pamięć komunikatu, który odzwierciedla misję i wartości marki.
 - Reason to Believe (RTB): Określenie dowodów i argumentów, które uwiarygadniają składaną obietnicę.
 - Tone of Voice: Zdefiniowanie spójnego stylu i tonu komunikacji, który będzie konsekwentnie stosowany we wszystkich kanałach.
 - Wykorzystanie narzędzi AI do analizy i przygotowania fundamentów przekazu

Część praktyczna:

- Warsztat 1: Definiowanie celów komunikacyjnych. Uczestnicy przełożą jeden ze swoich celów biznesowych na mierzalny cel komunikacyjny w modelu SMART.
- Warsztat 2: Szkielet propozycji wartości. Na podstawie szablonu uczestnicy zmapują wyróżniki swojej marki, kluczowe korzyści dla klienta oraz dowody potwierdzające ich wartość (RTB).

Moduł 3: Plan Działania 360° – Kanały, Narzędzia i Spójna Komunikacja (55 min teoria, 1 h praktyka)

Część merytoryczna:

1. Strategia 360 stopni i Zintegrowana Komunikacja Marketingowa (ZKM): Omówienie idei "otaczania" odbiorcy spójnymi komunikatami w różnych mediach (ATL, BTL, digital, social media, PR, eventy) w celu osiągnięcia synergii.

2. Przegląd i dobór narzędzi komunikacji: Charakterystyka różnych kanałów (od mediów tradycyjnych po marketing wirusowy) i kryteria ich doboru w zależności od celów i grupy docelowej.
3. Dylemat: standaryzacja czy adaptacja? Kiedy ujednolicić przekaz, a kiedy dostosowywać go do specyfiki różnych rynków lub segmentów klientów.
4. Tworzenie planu dotarcia i harmonogramu: Jak zaplanować konkretne działania, formaty treści i przypisać je do osi czasu oraz budżetu.
5. Wykorzystanie narzędzi AI do usprawnienia planowania, wdrożenia i optymalizacji działań komunikacyjnych (przedstawienie, omówienie narzędzi oraz case study)

Część praktyczna:

- Warsztat 1: Mapa punktów styku (Touchpoints). Uczestnicy zidentyfikują wszystkie miejsca, w których ich persona (z Modułu 1) styka się z marką, od mediów społecznościowych po obsługę klienta.
- Warsztat 2: Projektowanie mini-kampanii 360 stopni. Uczestnicy, inspirowując się studium przypadku, zaplanują zintegrowane działania dla jednego produktu/usługi, wykorzystując co najmniej trzy różne kanały komunikacji.

Moduł 4: Mierzenie Sukcesu i Elastyczność Strategiczna (55 min teoria, 55 min praktyka)

Część merytoryczna:

1. Ewaluacja jako kluczowy element strategii: Dlaczego mierzenie rezultatów jest niezbędne do optymalizacji działań i budżetu.
2. Definiowanie Mierników Efektywności (KPIs): Jakie wskaźniki wybrać, by wiarygodnie ocenić realizację celów (np. zasięg, zaangażowanie, liczba leadów, konwersja, wzrost świadomości marki).
3. Monitoring i adaptacja: Jak śledzić wyniki i na ich podstawie modyfikować plan działania, aby zwiększać jego skuteczność.
4. Przygotowanie na nieprzewidziane: Rola strategii w zarządzaniu kryzysem wizerunkowym i minimalizowaniu jego negatywnych skutków.

Część praktyczna :

- Warsztat 1: Wybór kluczowych wskaźników (KPIs). Uczestnicy dla swojej mini-kampanii (z Modułu 3) zdefiniują 3-5 kluczowych, mierzalnych wskaźników sukcesu i określą, jak będą je monitorować.
- Warsztat 2: Symulacja sytuacji kryzysowej. Uczestnicy otrzymają krótki scenariusz (np. fala negatywnych komentarzy w social mediach) i w oparciu o zdefiniowany wcześniej Tone of Voice opracują pierwsze kroki komunikacyjne w celu zażegnania kryzysu.

Walidacja: test wiedzy z wynikiem generowanym automatycznie - 15 min

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 lub znajomość tematu może być na poziomie minimalnym, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Szkolenie będzie prowadzone z wykorzystaniem:

- szablonu audytu konkurencji
- tworzenie person do analiz strategicznych
- mapowanie wyróżników marki
- desk research i analiza przydatności źródeł wiedzy z wykorzystaniem
- poszukiwanie insightów dotyczących grupy docelowej
- tworzenie mapy punktów styku (Touchpoints)
- symulacja wywiadu
- debaty i prezentacje w podgrupach
- określanie KPI na bazie celów strategicznych klienta

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 11

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Fundamenty Sukcesu – Analiza Strategiczna i Zrozumienie Rynku - teoria, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Bartosz Paczyński	08-10-2026	10:00	10:55	00:55
2 z 11 Fundamenty Sukcesu – Analiza Strategiczna i Zrozumienie Rynku - praktyka, warsztat, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu, praca w grupach	Zajęcia	Bartosz Paczyński	08-10-2026	10:55	11:55	01:00
3 z 11 -	Przerwa	-	08-10-2026	11:55	12:10	00:15
4 z 11 Serce Strategii – Cele, Grupy Docelowe i Rdzeń Komunikacji - teoria, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Bartosz Paczyński	08-10-2026	12:10	13:05	00:55
5 z 11 Serce Strategii – Cele, Grupy Docelowe i Rdzeń Komunikacji - praktyka, warsztat, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu, praca w grupach	Zajęcia	Bartosz Paczyński	08-10-2026	13:05	14:00	00:55

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 11 Plan Działania 360° – Kanały, Narzędzia i Spójna Komunikacja - teoria, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-10-2026	10:00	10:55	00:55
7 z 11 Plan Działania 360° – Kanały, Narzędzia i Spójna Komunikacja - praktyka, warsztat, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu, praca w grupach	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-10-2026	10:55	11:55	01:00
8 z 11 -	Przerwa	-	09-10-2026	11:55	12:10	00:15
9 z 11 Mierzenie Sukcesu i Elastyczność Strategiczna - teoria, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-10-2026	12:10	13:05	00:55
10 z 11 Mierzenie Sukcesu i Elastyczność Strategiczna - praktyka, warsztat, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu, praca w grupach	Zajęcia	Bartosz Paczyński	09-10-2026	13:05	14:00	00:55
11 z 11 -	Walidacja	-	09-10-2026	14:00	14:15	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	08:15
w tym suma godzin zajęć	07:30
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	00:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	10:15

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	268,36 PLN
Koszt osobogodziny netto	218,18 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	08:15

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Bartosz Paczyński



Trener, konsultant i strateg z zakresu e-marketingu i e-biznesu. Od 2008 - właściciel agencji marketingowej Content Hero. Wykładowca akademicki na Akademii Leona Koźmińskiego. Certyfikowany Partner Google. Łącznie przeprowadził szkolenia na ponad 500 godzin szkoleniowych z tematyki SEM i e- marketingu.

Ukończył studia wyższe na kierunku politologia Uniwersytet SWPS. Pracował m.in. dla Manpower Group, Dassault Systemes, Bureau Veritas Polska, Reiffeisen Bank Polska, 99 Rent, BNP Paribas, Centrum Nauki Kopernik, Axel Springer Polska, Calypso Fitness, Uniwersytet Warszawski, Ministerstwo Finansów, Europejskie Centrum Konsumentów, Almatour i wielu innych. W ostatnich 5 latach aktywnie działa w branży marketingowej, na bieżąco podnosząc swoje kompetencje i umiejętności.

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
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

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

Zalecana literatura:

1. Dave Chaffey, Fiona Ellis-Chadwick, Digital marketing. Strategy, implementation and practice. Edinburgh 2016
2. Simon Kingsnorth, Digital marketing strategy. An integrated approach to online marketing. London 2016
3. Philip Kotler, Marketing 4.0: Moving from Traditional to Digital, 2016
4. Philip Kotler, Hermawan Kartajaya, Iwan Setiawan, Marketing 5.0. Technology for Humanity, New Jersey 2021
5. Raport strategiczny IAB Polska
6. Raport Adex

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.

W przypadku zapisów komercyjnych, bez dofinansowania i ID wsparcia prosimy o zapisy przez stronę: www.dimaq.pl.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Jeśli szkolenie spełnia powyższe warunki i Uczestnik/Pracodawca chce, aby faktura była wystawiona bez podatku VAT, prosimy o taką informację przed rozpoczęciem szkolenia na mail: szkolenia@dimaq.eu.

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

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.

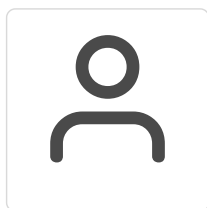
System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

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