



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA

★★★★★ 4,6 / 5

2 106 ocen

## Szkolenie- Facebook, content marketing, sztuczna inteligencja AI. System reklamowy Facebooka i Instagrama - Advance PRO - 2 dni [Bony Rozwojowe]

Numer usługi 2026/02/05/118911/3311600

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- Zajęcia grupowe
- 16:00 h
- 20.07.2026 do 21.07.2026

1 440,00 PLN brutto  
1 440,00 PLN netto  
90,00 PLN brutto/h  
90,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Kierunek - Rozwój, Małopolski Pociąg do kariery, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p><b>Szkolenie skierowane jest do :</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Jednoosobowych działalności gospodarczych</li> <li>• Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li> <li>• Osób chcących podnieść swoje kompetencje marketingowe</li> <li>• Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li> <li>• Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li> <li>• Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li> <li>• Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.</li> <li>• Przedstawiciele działu marketingu, którzy chcą lepiej zrozumieć, jakie możliwości oferują Facebook i Instagram w kontekście rekrutacji i promocji pracodawcy.</li> <li>• <b>Uczestników projektu Kierunek-Rozwój</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe</b></li> <li>• <b>Uczestników projektu Bony rozwojowe</b></li> <li>• <b>Usługa również jest adresowana do uczestników Projektu MP oraz dla uczestników projektu NSE</b></li> <li>• <b>Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1"</b></li> </ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	10
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	19-07-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

16

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Przygotowanie uczestników do skutecznego wykorzystania narzędzi marketingowych, takich jak Facebook i Instagram, w celu budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Rozróżnia funkcje podstawowych narzędzi Facebooka i Instagrama - posty, relacje, wydarzenia, rolki, statystyki oraz wskazuje ich zastosowanie w komunikacji firmy	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera odpowiednie narzędzia Facebooka i Instagrama do określonych celów biznesowych i marketingowych na podstawie przedstawionych przykładów sytuacyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia kluczowe wskaźniki efektywności (np. zasięg, wyświetlenia, kliknięcia, zaangażowanie) wykorzystywane w analityce mediów społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Rozróżnia zasady wykorzystania Menedżera Reklam	Rozróżnia cele kampanii reklamowych dostępne w Menedżerze Reklam	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Stosuje zasady segmentacji odbiorców na podstawie danych demograficznych, zainteresowań i zachowań użytkowników	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Analizuje kryteria doboru grupy docelowej do celu kampanii reklamowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia sytuacje, w których stosuje się szerokie targetowanie i wąskie targetowanie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje strategię komunikacji w mediach społecznościowych dostosowaną do grupy odbiorców oraz celów organizacji	Opracowuje plan komunikacji zawierający minimum 5 propozycji postów wykorzystujących język korzyści, elementy angażujące odbiorców oraz działania zwiększające zasięg organiczny	Analiza dowodów i deklaracji
Przygotowuje materiały graficzne do komunikacji w mediach społecznościowych z wykorzystaniem programu Canva	Tworzy co najmniej 3 grafiki dostosowane do różnych kanałów komunikacji (np. Facebook, Instagram, LinkedIn lub strona internetowa), stosując właściwe formaty i wymiary	Analiza dowodów i deklaracji
Rozróżnia funkcje i zastosowania Business Managera	Projektuje grafiki zgodne z zasadami czytelności i komunikacji wizualnej, zawierające spójne elementy identyfikacji wizualnej	Analiza dowodów i deklaracji
	Analizuje przykładowe scenariusze marketingowe i dobiera odpowiednie funkcje Business Managera,	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Charakteryzuje zmiany w algorytmach systemu Meta oraz ich wpływ na widoczność i skuteczność działań marketingowych w mediach społecznościowych	Definiuje funkcje zastosowania Piksela oraz Zdarzeń Niestandardowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje czynniki wpływające na zasięg i widoczność treści w serwisach Facebook i Instagram zgodnie z aktualnymi zasadami działania algorytmów Meta	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Identyfikuje funkcje i zastosowania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji dostępnych w Meta Business Suite, w tym Advantage+	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

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Liczba godzin praktycznych:12h

Liczba godzin teoretycznych:4h

**Metody pracy:** wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

### **DZIEŃ 1: Facebook w biznesie i strategia komunikacji**

Test walidacyjny przed szkoleniem (pre-test) z wynikiem automatycznie generowanym

**Blok 1 - Fundamenty Facebooka. Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo**

- Fundamenty Facebooka, ustawienia kart, zabezpieczenia
- Cele krótko i długoterminowe

**Blok 2 –Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści - teoria-rozmowa na żywo**

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści – metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy – jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa – jak sobie z nią poradzić?

**Blok 3 - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria**

- Podstawy Canvy - omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę.

**Blok 4 - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria + praktyka.**

- Konfiguracja Business Menedżera

### **DZIEŃ 2: META BUSINESS MENEDŻER**

**Blok 1 - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka**

- Analiza i tworzenie grup docelowych.

- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.
- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

## **Blok 2 - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe -teoria+ praktyka**

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

## **Blok 3- Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.**

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

## **Blok 4 - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka**

### **I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam**

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

### **II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu**

- Remarketing
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie.
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2026**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

Forma walidacji:

Trener w trakcie szkolenia zbiera dowody, a na koniec szkolenia przekazuje je Walidatorowi. Walidator po zakończonym szkoleniu analizuje dowody w postaci oceny wykonania strony względem założeń. W ramach walidacji przeprowadzany jest także test przed i po szkoleniu z pytaniami zamkniętymi, jednokrotnego wyboru. Test trwa 15 minut.

Wynik testu generowany jest automatycznie po wypełnieniu testu. Walidator opracowuje protokół.

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 14</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	20-07-2026	08:30	08:45	00:15
<b>2 z 14</b> Blok 1 - Fundamenty Facebooka. Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	08:45	10:00	01:15
<b>3 z 14</b> Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	10:00	10:30	00:30
<b>4 z 14</b> Blok 2- Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści - ćwiczenia, videorozmowa	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	10:30	12:00	01:30
<b>5 z 14</b> Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>6 z 14</b> Blok 3 - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria, współdzielenie ekranu	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	12:15	13:45	01:30
<b>7 z 14</b> Blok 4 - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria + praktyka, współdzielenie ekranu, wykład	MAGDALENA GŁOMSKA	20-07-2026	13:45	15:15	01:30
<b>8 z 14</b> Blok 1 - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka, współdzielenie ekranu, wykład	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	08:30	10:00	01:30
<b>9 z 14</b> Przerwa 30 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	10:00	10:30	00:30
<b>10 z 14</b> Blok 2 - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka, ćwiczenia, videorozmowa	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	10:30	12:00	01:30
<b>11 z 14</b> Przerwa 15 minut	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 14</b> Blok 3- Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram, ćwiczenia, videorozmowa	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	12:15	13:45	01:30
<b>13 z 14</b> Blok 4 - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe - praktyka, ćwiczenia, videorozmowa	MAGDALENA GŁOMSKA	21-07-2026	13:45	15:00	01:15
<b>14 z 14</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji) oraz analiza dowodów	-	21-07-2026	15:00	15:15	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 440,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## MAGDALENA GŁOMSKA

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat obejmowała stanowiska menadżerskie, a także pracowała jako Dyrektor Marketingu zarządzając działem marketingu i sprzedaży. Wdrażała strategie marketingowe w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 5 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Marketingowej oraz Centrum Szkoleniowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Pisze strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1500 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 5 lat i przeszkoliła ponad 800 osób.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF ani w jakimkolwiek Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie lub swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

### Warunki uczestnictwa

#### Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

#### Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

## Informacje dodatkowe

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w w Toruniu w ramach projektu Kierunek Rozwój

Zawarto umowę z Wojewódzkim Urzędem Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe

Zwolnienie z podatku VAT na podstawie:

- art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług,
- § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2025 r. poz. 832).

## Warunki techniczne

**Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?**

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie- jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do Meta Business Menedżera (najlepiej poziom Administratora)

**Rekomendowane warunki techniczne:**

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy);
- 2GB pamięci RAM (zalecane 4GB lub więcej);
- System operacyjny taki jak Windows 8 (zalecany Windows 11), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, Chrome OS.
- Szkolenie realizowane jest na platformie ClickMeeting. 3 dni przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link do szkolenia.
- Link jest aktywny od rozpoczęcia szkolenia do daty jego zakończenia
- Ponieważ ClickMeeting jest platformą opartą na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge (Chromium), Yandex lub Opera. Należy korzystać z najaktualniejszej oficjalnej wersji wybranej przeglądarki.
- Aby mieć pewność, że możemy wziąć udział w wydarzeniu bez jakichkolwiek problemów, warto przed szkoleniem sprawdzić działanie platformy, dźwięku i kamery za pomocą udostępnionego podczas logowania **Testu konfiguracji systemu** i postępować zgodnie z instrukcją
- **Działająca kamera i mikrofon** w celu POTWIERDZENIA I UDOKUMENTOWANIA SWOJEJ OBECNOŚCI PODCZAS SZKOLENIA (warunek obligatoryjny dla szkoleń z dofinansowaniem)
- Urządzenie pozwalające na swobodny udział w szkoleniu (laptop/tablet/telefon – preferowany laptop/komputer)
- Stabilne połączenie z Internetem
- Rekomendujemy, aby podczas szkolenia móc korzystać z dwóch monitorów – na jednym, żeby była wyświetlana szkolenie i prezentowane funkcjonalności, na drugim będą Państwo mogli pracować niemalże jednocześnie wraz z Trenerem. Drugim monitorem może być drugi komputer, telewizor lub tablet.
  - kody dostępowe do monitorowania usługi najpóźniej 1 dzień przed rozpoczęciem szkolenia
  - podstawą do rozliczenia usługi, jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia

**Instrukcja "Jak korzystać z programu Clickmeeting" znajduje się na stronie:**

- w formie filmu instruktażowego:
- <https://www.youtube.com/watch?v=BCq6KzIVhdo>
- w formie Instrukcji pdf na stronie
- <https://digitalbrand.com.pl/>

# Kontakt



**MAGDALENA GŁOMSKA**

**E-mail** [biuro@digitalbrand.com.pl](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506