



Autentyczna marka. Skuteczny model biznesowy od A do Z - Akademia - szkolenie

Numer usługi 2026/02/11/40298/3325497

6 000,00 PLN brutto
 6 000,00 PLN netto
 100,00 PLN brutto/h
 100,00 PLN netto/h
 187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Strefa Edukacji Sp. z o.o.

★★★★★ 4,8 / 5
 158 ocen

📍 Łódź / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 60 h

📅 12.04.2026 do 24.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- Osoby:
- planujące rozpoczęcie własnej działalności gospodarczej w oparciu o markę osobistą, w szczególności eksperci, specjaliści, doradcy, trenerzy, konsultanci oraz osoby świadczące usługi oparte na wiedzy i doświadczeniu.
- posiadające pomysł na biznes lub markę osobistą, ale bez klarowności koncepcji biznesowej, modelu zarabiania ani jasno zdefiniowanej grupy docelowej.
- prowadzące już jdg lub małą firmę, które chcą lepiej zrozumieć, czym jest marka w ujęciu biznesowym i jak przełożyć ją na realne przychody.
- przedsiębiorcy i freelancerzy, którzy dotychczas rozwijali swoją działalność intuicyjnie, bez spójnej strategii, modelu biznesowego i świadomego podejścia do sprzedaży.
- budujące lub planujące budować markę osobistą, ale utożsamiające ją głównie z obecnością w mediach społecznościowych i chcące zrozumieć jej szerszy, biznesowy wymiar.
- chcące nauczyć się łączyć swoje zasoby osobiste (kompetencje, doświadczenie, wartości) z realnymi potrzebami rynku i mieć możliwość zarabiania

Minimalna liczba uczestników

7

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

10-04-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

60

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje uczestników do stworzenia własnej marki osobistej lub produktowej w oparciu o zasoby osobiste (wartości, pasje, kompetencje, osiągnięcia i umiejętności) oraz stojącego za nią modelu biznesowego, dzięki czemu staje się ona narzędziem do zarabiania pieniędzy oraz realizowania własnych pasji. Obala mity związane z marką, a w szczególności marką osobistą, która bardzo często postrzegana jest tylko jako intensywna obecność w social mediach.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna podstawowe pojęcia i zasady budowania marki w ujęciu biznesowym.	Rozróżnia markę od wizerunku i działań promocyjnych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia markę osobistą od marki produktowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna znaczenie autentyczności w budowaniu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie spójności marki i działań biznesowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Zna zasady komunikacji marki i budowania spójności komunikacyjnej.	Zna podstawowe elementy komunikacji marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna rolę języka i narracji w komunikacji marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie spójności komunikacji z koncepcją biznesu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna podstawowe elementy spójności wizualnej marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna zasady budowania marki osobistej w ujęciu biznesowym.	Rozróżnia budowanie marki osobistej od samej aktywności w mediach społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna podstawowe obszary budowania marki osobistej online i offline	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie rolę wizerunku osobistego w budowaniu zaufania do marki osobistej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Wskazuje znaczenie networkingu w budowaniu marki osobistej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie spójności stylu komunikacji z charakterem marki osobistej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Zna podstawy marketingu i sprzedaży w małym biznesie	Rozróżnia podstawowe pojęcia w procesie sprzedaży	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna podstawowe etapy procesu sprzedażowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozróżnia działania marketingowe i sprzedażowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna znaczenie relacji i networkingu w pozyskiwaniu klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Zna podstawy finansów w małym biznesie.	Rozróżnia podstawowe pojęcia finansowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna znaczenie marży i rentowności w biznesie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie cash flow w prowadzeniu działalności biznesowej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie rozdzielenia finansów prywatnych i firmowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zna podstawy myślenia strategicznego w rozwoju marki i biznesu.	Zna rolę strategii w prowadzeniu biznesu i budowaniu marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Rozumie znaczenie stylu działania dla sukcesu biznesowego	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna znaczenie ciągłej pracy z marką w codziennym działaniu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Zna znaczenie adaptacji działań do zmian rynkowych	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

PROGRAM

Akademia ma charakter edukacyjno-warsztatowy. W pierwszej części każdego dnia przekazywana będzie wiedza teoretyczna, natomiast w drugiej części uczestnicy będą wykorzystywać ją do pracy nad swoją marką (osobistą) i modelem biznesowym. Marka i model biznesowy, nad którymi będą pracować uczestnicy, będą oparte o pomysł na biznes z jakim przyszli na szkolenie, albo o biznes który już prowadzą. Jeżeli nie prowadzą biznesu i nie ma ją klarowności, co do tego, jaki to ma być biznes, markę i model biznesowy będą budować w oparciu o pomysł wykreowany przez nich podczas szkolenia.

DZIEŃ 1 -12.04..2026

Fundamenty marki (osobistej) – zasoby osobiste i nastawienie przedsiębiorcy

Pierwszy dzień poświęcony jest zbudowaniu fundamentów marki i biznesu. Uczestnicy pracują nad zrozumieniem siebie jako właściciela marki: swoich zasobów, wartości, motywacji oraz sposobu myślenia koniecznego do prowadzenia biznesu. Celem dnia jest określenie punktu wyjścia i przygotowanie do podejmowania świadomych decyzji w kolejnych etapach akademii.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Co to jest marka?
- Dlaczego autentyczność jest taka ważna?
- Marka osobista vs marka produktowa – definicje, istota i rola w biznesie
- IKIGAI jako fundament marki (osobistej) i decyzji biznesowych
- Analiza zasobów osobistych: wartości, kompetencje, doświadczenie i wiedza
- Pasja, spełnienie i długofalowa motywacja w biznesie
- Nastawienie przedsiębiorcy – porażki, uczenie się, odporność psychiczna
- Nastawienie sprzedażowe – jeśli prowadzę biznes, muszę myśleć sprzedażą cały czas

Praca warsztatowa

- Uczestnicy tworzą mapę swoich indywidualnych zasobów jako fundament budowania własnej marki

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 2 -25.04.2026

Istota marki (osobistej) – koncepcja biznesu i model biznesowy

Drugi dzień koncentruje się na przełożeniu zasobów osobistych na realną koncepcję biznesu. Uczestnicy pracują nad zrozumieniem, komu i jaką wartość chcą dostarczać oraz w jaki sposób ma to generować przychody. Celem dnia jest stworzenie spójnego modelu biznesowego, który stanie się punktem odniesienia dla dalszych działań.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Propozycja wartości – co tak naprawdę otrzymuje ode mnie klient
- Grupa docelowa i segmentacja klientów
- Produkt / usługa – forma, zakres, warianty
- Cena i modele cenowe
- Misja i wizja – kompas kierunku i gwarancja spójności biznesu
- Model biznesowy – co sprzedaję, komu, za ile i dlaczego klienci chcą za to płacić

Praca warsztatowa

- Uczestnicy tworzą model biznesowy własnej działalności (w oparciu o pomysł, z którym przyszli na szkolenie lub działalność, którą już prowadzą) w oparciu o zasoby osobiste zidentyfikowane w pierwszym dniu

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 3 -26.04.2026

Komunikacja marki (osobistej) – wychodzimy do klientów

Ten dzień poświęcony jest temu, w jaki sposób marka komunikuje się z rynkiem. Uczestnicy uczą się, jak opowiadać o swojej ofercie i wartościach w sposób spójny, zrozumiały i dopasowany do potrzeb klientów. Celem dnia jest zbudowanie komunikacji, która wynika bezpośrednio z koncepcji biznesowej.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Elementy wizerunkowe: nazwa, logotyp, key visual
- Spójny świat marki – oprawa wizualna i tożsamość
- Język marki, wartości i narracja
- Pain pointy jako fundament komunikacji
- Elevator pitch i podstawy komunikacji w social mediach
- Styl biznesu odzwierciedlony w stylu komunikacji

Praca warsztatowa

- Uczestnicy tworzą opis własnej marki oraz jej kluczowych elementów wraz z opisem stylu, w jakim chcą działać na rynku. Tworzą teksty komunikacji marki takie jak hasło przewodnie, schemat komunikacji w social mediach, czy zarys elevator pitch.

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 4 -09.05.2026

Marketing i sprzedaż marki (osobistej) – sama marka nie sprzedaje

Czwarty dzień skupia się na praktycznych aspektach docierania do klientów i sprzedaży. Uczestnicy poznają proces sprzedażowy oraz rolę marketingu jako narzędzia wspierającego realizację celów biznesowych. Celem dnia jest zrozumienie, jak zamieniać zainteresowanie marką w realne relacje i przychody.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Czym jest prospect, a czym lead i co to ma wspólnego z klientem
- Lejek sprzedażowy i customer journey – odczarowujemy lejek i konwersję
- Marketing B2B vs B2C – różnice i decyzje
- Dobór kanałów marketingowych do modelu biznesowego
- Social media – po co, gdzie i jak
- Networking i relacje jako istotny, a często kluczowy element sprzedaży marki (osobistej)
- Sprzedaż osobista i rozmowa sprzedażowa
- Budowanie oferty i domykanie sprzedaży
- Cena, wartość i odwaga cenowa

Praca warsztatowa

- Uczestnicy tworzą własną ofertę sprzedażową oraz dobierają odpowiednie dla niej kanały dotarcia do klienta.

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 5 -10.05.2026

Jak budujemy markę osobistą – a nie obecność w socialach

Ten dzień wyjaśnia, czym faktycznie jest marka osobista, czym różni się od marki produktu oraz czym różni się od samej aktywności w mediach społecznościowych. Uczestnicy pracują nad świadomym budowaniem marki osobistej jako całościowego doświadczenia, obejmującego zarówno działania online, jak i offline. Celem dnia jest zrozumienie, że marka osobista to wielopłaszczyznowy, długofalowy proces, a nie zestaw narzędzi komunikacyjnych.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Człowiek jako marka i produkt
- Wizerunek osobisty jako element budowania marki
- Własny styl komunikacji – pisanie, mówienie, grafika
- Czy marka osobista, to tylko social media?
- Budowanie marki osobistej poza internetem
- Networking – szczególne narzędzie budowania marki osobistej
- Moc połączenia obu światów (on-line i off-line)
- Przykłady marek osobistych i czynników sukcesu

Praca warsztatowa

- Uczestnicy wypracowują swój styl i sposób komunikacji swojej marki osobistej. Styl dotyczący osoby, a nie produktu. Opisu ją go wraz z przykładami wykorzystania w różnych okolicznościach, zarówno on-line jak i off-line.

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 6 -23.05.2026

Finanse marki (osobistej) – a gdzie w tym wszystkim pieniądze?

Szósty dzień poświęcony jest finansowej stronie marki i biznesu. Uczestnicy uczą się rozumieć podstawowe mechanizmy finansowe oraz znaczenie kontroli przychodów, kosztów i rentowności. Celem dnia jest uświadomienie, że finanse są integralnym elementem świadomego zarządzania marką i biznesem, bez którego sukces nie jest możliwy.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Finansowa strona marki (osobistej)
- Przychody, koszty, marża – po co mi to?
- Kluczowe koncepty finansowe w zarządzaniu marką – rachunek wyników, marża, cash flow
- Excel – bez niego nie da się robić marki – indywidualne narzędzia
- Budżet, planowanie i bieżące raportowanie – reklamowy, promocyjny, sprzedażowy
- Oddzielenie finansów prywatnych od biznesowych

Praca warsztatowa

- Uczestnicy tworzą koncepcję swojego narzędzia do zarządzania finansami z wykorzystaniem arkusza Excel.

Teoria: 7 h

Praktyka: 1,5 h

DZIEŃ 7 - 24.05.2026

Sekret sukcesu autentycznej marki (osobistej) – dlaczego klienci wybiorą akurat Ciebie?

Ostatni dzień integruje wszystkie elementy omawiane podczas akademii. Uczestnicy pracują nad zrozumieniem własnego stylu, który odróżnia ich biznes od biznesu konkurencji. Uczą się również tego, że autentyczność to spójność całego biznesu z fundamentem, jakim są zasoby osobiste. Uczą się wreszcie przełożenia wszystkich założeń strategicznych na długofalowy kierunek rozwoju marki. Celem dnia jest przygotowanie uczestników do samodzielnej i świadomej pracy z marką i stojącym za nią biznesem po zakończeniu akademii.

Tematy i zagadnienia poruszane tego dnia

- Znajdź swój unikatowy styl – co to ma wspólnego z sukcesem biznesu
- Popracujmy nad zagadnieniem stylu i jego składowymi
- Autentyczność – czy to obnażanie siebie, czy może coś innego?
- Strategia ludzkimi słowami – czym jest, dlaczego jest taka ważna?
- Strategiczna koncepcja marki niezmienna – a jednak cały czas zmieniająca się
- AI a budowanie marki (osobistej)
- Marka (osobista) – co robić, czego nie robić, jakich błędów unikać
- Moja marka (osobista) – mój plan działania
- Marka i co dalej – jak pracować z marką na co dzień

Praca warsztatowa

- Do tego dnia uczestnicy posiadają już kompletny opis swojej marki oraz modelu biznesowego tworzony systematycznie podczas każdego z warsztatów. Wybrane osoby prezentują grupie swoje koncepcje marki oraz modelu biznesowego wraz z uzasadnieniem. Uczestnicy dyskutują prezentowany model i w ten sposób utrwalają sobie przekładanie uzyskanej podczas Akademii wiedzy na praktyczne koncepcje dla własnej marki i biznesu.

Walidacja

- Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Teoria: 7 h

Praktyka: 1 h

Walidacja, rozdanie certyfikatów, indywidualny plan działania : 1 h

Przerwy wliczają się w czas trwania usługi, 1 godzina szkoleniowa = jedna godzina zegarowa

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 84

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 84 Co to jest marka?	Lech Borek	12-04-2026	10:00	10:45	00:45
2 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	12-04-2026	10:45	11:00	00:15
3 z 84 Dlaczego autentyczność jest taka ważna?	Lech Borek	12-04-2026	11:00	11:45	00:45
4 z 84 Marka osobista vs marka produktowa – definicje, istota i rola w biznesie	Lech Borek	12-04-2026	11:45	12:45	01:00
5 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	12-04-2026	12:45	13:30	00:45
6 z 84 IKIGAI jako fundament marki (osobistej) i decyzji biznesowych Analiza zasobów osobistych: wartości, kompetencje, doświadczenie i wiedza	Lech Borek	12-04-2026	13:30	15:00	01:30
7 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	12-04-2026	15:00	15:10	00:10
8 z 84 Pasja, spełnienie i długofalowa motywacja w biznesie	Lech Borek	12-04-2026	15:10	15:55	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 84 Nastawienie przedsiębiorcy – porażki, uczenie się, odporność psychiczna Nastawienie sprzedażowe – jeśli prowadzę biznes, muszę myśleć sprzedażą cały czas	Lech Borek	12-04-2026	15:55	16:40	00:45
10 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	12-04-2026	16:40	16:50	00:10
11 z 84 Praca warsztatowa- mapa indywidualnych zasobów jako fundament budowania własnej marki	Lech Borek	12-04-2026	16:50	18:00	01:10
12 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne.	Lech Borek	12-04-2026	18:00	18:30	00:30
13 z 84 Propozycja wartości – co tak naprawdę otrzymuje ode mnie klient	Lech Borek	25-04-2026	10:00	10:45	00:45
14 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	25-04-2026	10:45	11:00	00:15
15 z 84 Grupa docelowa i segmentacja klientów	Lech Borek	25-04-2026	11:00	11:45	00:45
16 z 84 Produkt/usługa- forma, zakres, warianty	Lech Borek	25-04-2026	11:45	12:45	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	25-04-2026	12:45	13:30	00:45
18 z 84 Cena i modele cenowe	Lech Borek	25-04-2026	13:30	15:00	01:30
19 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	25-04-2026	15:00	15:10	00:10
20 z 84 Misja i wizja – kompas kierunku i gwarancja spójności biznesu	Lech Borek	25-04-2026	15:10	15:55	00:45
21 z 84 Model biznesowy: co sprzedaję, komu, za ile i dlaczego klienci chcą za to płacić	Lech Borek	25-04-2026	15:55	16:40	00:45
22 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	25-04-2026	16:40	16:50	00:10
23 z 84 Praca warsztatowa- własny model biznesowy w oparciu o zasoby osobiste	Lech Borek	25-04-2026	16:50	18:00	01:10
24 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne.	Lech Borek	25-04-2026	18:00	18:30	00:30
25 z 84 Elementy wizerunkowe: nazwa, logotyp, key visual	Lech Borek	26-04-2026	10:00	10:45	00:45
26 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	26-04-2026	10:45	11:00	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
27 z 84 Spójny świat marki – oprawa wizualna i tożsamość	Lech Borek	26-04-2026	11:00	11:45	00:45
28 z 84 Język marki, wartości i narracja	Lech Borek	26-04-2026	11:45	12:45	01:00
29 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	26-04-2026	12:45	13:30	00:45
30 z 84 Pain pointy jako fundament komunikacji	Lech Borek	26-04-2026	13:30	15:00	01:30
31 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	26-04-2026	15:00	15:10	00:10
32 z 84 Elevator pitch i podstawy komunikacji w social mediach	Lech Borek	26-04-2026	15:10	15:55	00:45
33 z 84 Styl biznesu odzwierciedlony w stylu komunikacji	Lech Borek	26-04-2026	15:55	16:40	00:45
34 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	26-04-2026	16:40	16:50	00:10
35 z 84 Praca warsztatowa- opis własnej marki oraz jej kluczowych elementów	Lech Borek	26-04-2026	16:50	18:00	01:10
36 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne.	Lech Borek	26-04-2026	18:00	18:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
37 z 84 Czym jest prospect, a czym lead i co to ma wspólnego z klientem Lejek sprzedażowy i customer journey – odczarowujemy lejek i konwersję Marketing B2B vs B2C – różnice i decyzje	Lech Borek	09-05-2026	10:00	10:45	00:45
38 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	09-05-2026	10:45	11:00	00:15
39 z 84 Dobór kanałów marketingowych do modelu biznesowego	Lech Borek	09-05-2026	11:00	11:45	00:45
40 z 84 Social media – po co, gdzie i jak	Lech Borek	09-05-2026	11:45	12:45	01:00
41 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	09-05-2026	12:45	13:30	00:45
42 z 84 Networking i relacje jako istotny, a często kluczowy element sprzedaży marki (osobistej)	Lech Borek	09-05-2026	13:30	15:00	01:30
43 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	09-05-2026	15:00	15:10	00:10
44 z 84 Sprzedaż osobista i rozmowa sprzedażowa	Lech Borek	09-05-2026	15:10	15:55	00:45
45 z 84 Budowanie oferty i domykanie sprzedaży Cena, wartość i odwaga cenowa	Lech Borek	09-05-2026	15:55	16:40	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
46 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	09-05-2026	16:40	16:50	00:10
47 z 84 Praca warsztatowa – własna oferta sprzedażowa i dobór kanałów dotarcia do klienta	Lech Borek	09-05-2026	16:50	18:00	01:10
48 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne	Lech Borek	09-05-2026	18:00	18:30	00:30
49 z 84 Człowiek jako marka i produkt	Lech Borek	10-05-2026	10:00	10:45	00:45
50 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	10-05-2026	10:45	11:00	00:15
51 z 84 Wizerunek osobisty jako element budowania marki	Lech Borek	10-05-2026	11:00	11:45	00:45
52 z 84 Własny styl komunikacji – pisanie, mówienie, grafika	Lech Borek	10-05-2026	11:45	12:45	01:00
53 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	10-05-2026	12:45	13:30	00:45
54 z 84 Czy marka osobista, to tylko social media? Budowanie marki osobistej poza internetem	Lech Borek	10-05-2026	13:30	15:00	01:30
55 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	10-05-2026	15:00	15:10	00:10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
56 z 84 Networking – szczególne narzędzie budowania marki osobistej Moc połączenia obu światów (on-line i off-line)	Lech Borek	10-05-2026	15:10	15:55	00:45
57 z 84 Przykłady marek osobistych i czynników sukcesu	Lech Borek	10-05-2026	15:55	16:40	00:45
58 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	10-05-2026	16:40	16:50	00:10
59 z 84 Praca warsztatowa – mój styl i sposób komunikacji mojej marki osobistej	Lech Borek	10-05-2026	16:50	18:00	01:10
60 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne.	Lech Borek	10-05-2026	18:00	18:30	00:30
61 z 84 Finansowa strona marki (osobistej)	Lech Borek	23-05-2026	10:00	10:45	00:45
62 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	23-05-2026	10:45	11:00	00:15
63 z 84 Przychody, koszty, marża – po co mi to?	Lech Borek	23-05-2026	11:00	11:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
64 z 84 Kluczowe koncepty finansowe w zarządzaniu marką – rachunek wyników, cash flow	Lech Borek	23-05-2026	11:45	12:45	01:00
65 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	23-05-2026	12:45	13:30	00:45
66 z 84 Excel – bez niego nie da się robić marki – indywidualne narzędzia	Lech Borek	23-05-2026	13:30	15:00	01:30
67 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	23-05-2026	15:00	15:10	00:10
68 z 84 Budżet, planowanie i bieżące raportowanie – reklamowy, promocyjny, sprzedażowy	Lech Borek	23-05-2026	15:10	15:55	00:45
69 z 84 Oddzielenie finansów prywatnych od biznesowych	Lech Borek	23-05-2026	15:55	16:40	00:45
70 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	23-05-2026	16:40	16:50	00:10
71 z 84 Praca warsztatowa – moje narzędzie do zarządzania finansami	Lech Borek	23-05-2026	16:50	18:00	01:10
72 z 84 Podsumowanie i integracja całego modułu, pytania, odpowiedzi, informacje zwrotne.	Lech Borek	23-05-2026	18:00	18:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
73 z 84 Znajdź swój unikatowy styl – co to ma wspólnego z sukcesem biznesu Popracujmy nad zagadnieniem stylu i jego składowymi	Lech Borek	24-05-2026	10:00	10:45	00:45
74 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	24-05-2026	10:45	11:00	00:15
75 z 84 Autentyczność – czy to obnażanie siebie, czy może coś innego?	Lech Borek	24-05-2026	11:00	11:45	00:45
76 z 84 Strategia ludzkimi słowami – czym jest, dlaczego jest taka ważna? Strategiczna koncepcja marki niezmienna – a jednak cały czas zmieniająca się	Lech Borek	24-05-2026	11:45	12:45	01:00
77 z 84 Przerwa na lunch	Lech Borek	24-05-2026	12:45	13:30	00:45
78 z 84 AI a budowanie marki (osobistej) Marka (osobista) – co robić, czego nie robić, jakich błędów unikać	Lech Borek	24-05-2026	13:30	15:00	01:30
79 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	24-05-2026	15:00	15:10	00:10
80 z 84 Moja marka (osobista) – mój plan działania	Lech Borek	24-05-2026	15:10	15:55	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
81 z 84 Marka i co dalej – jak pracować z marką na co dzień	Lech Borek	24-05-2026	15:55	16:40	00:45
82 z 84 Przerwa kawowa	Lech Borek	24-05-2026	16:40	16:50	00:10
83 z 84 Praca warsztatowa – prezentacja wybranych koncepcji marki i planów	Lech Borek	24-05-2026	16:50	18:00	01:10
84 z 84 Walidacja: test z wynikiem generowanym automatycznie, rozdanie certyfikatów, indywidualny plan działania	Lech Borek	24-05-2026	18:00	19:00	01:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Lech Borek



Ekspert marketingu, strategii biznesowych i rozwoju marki, mentor i praktyk z ponad 25-letnim doświadczeniem. Karierę rozpoczął w Procter & Gamble, a następnie w W.Kruk i Deni Cler, później zarządzał sieciami sklepów odzieżowych w Niemczech. Od 15 lat prowadzi agencję NEXT.marketing, specjalizującą się we wsparciu MŚP. Od początku kariery tworzy i buduje marki oraz strategie biznesowe. Współpracował z globalnymi markami m.in. Pantne, Oriflame, Rimmel, Max Factor, Bourjois, czy Rossman. Obecnie współpracuje z małymi i średnimi firmami, pomagając im tworzyć ich marki oraz przechodzić od chaosu do spójnej strategii i skutecznego modelu biznesowego. Łączy strategiczne doradztwo z elementami mentoringu i coachingu, wspierając właścicieli firm w budowaniu autentycznych marek i wprowadzaniu ich w świat nowoczesnego marketingu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik po ukończeniu szkolenia otrzymuje:

- Certyfikat potwierdzający nabyte kompetencje
- Prezentację szkoleniową w wersji elektronicznej

Warunki uczestnictwa

Uczestnik musi uczestniczyć w co najmniej 80% zajęć.

Każdy uczestnik powinien mieć notes i długopis.

Uczestnik w ostatnim dniu usługi ma obowiązek posiadać urządzenie z dostępem do Internetu (tablet, laptop, smartfon) umożliwiające wykonanie testu on-line.

Walidację (test z wynikiem generowanym automatycznie) przeprowadzi Lech Borek. Obecność uczestnika na walidacji obowiązkowa.

Informacje dodatkowe

Cena nie zawiera opłat za noclegi i lunche.

Organizator zapewnia serwis kawowy podczas przerw.

Adres

ul. gen. Romualda Traugutta 25

90-113 Łódź

woj. łódzkie

Sala konferencyjna w budynku Textilimpex

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Parking dla uczestników.

Kontakt



Anna Sabat

E-mail biuro@strefa.io

Telefon (+60) 605 195 888