



## Budowa zintegrowanego lejka marketingowo-sprzedażowego w usługach specjalistycznych - szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/02/20/156609/3350914

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

IT ENGINEERING &  
CONSULTING  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 408 ocen

📍 Olsztyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 20:00 h

📅 01.06.2026 do 19.06.2026

## Informacje podstawowe

**Kategoria**

Biznes / Marketing

**Grupa docelowa usługi**

Szkolenie skierowane jest do osób prowadzących działalność lub pracujących w sektorze usług zdrowotnych oraz specjalistycznych, które chcą rozwijać kompetencje w zakresie **strategicznego planowania działań marketingowych oraz projektowania systemu pozyskiwania klientów**.

Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:

- ✓ właściciele gabinetów, klinik i placówek zdrowotnych
- ✓ specjaliści świadczący usługi zdrowotne (np. fizjoterapeuci, osteopaci, dietetycy, terapeuci)
- ✓ osoby budujące markę osobistą w branży zdrowia
- ✓ osoby odpowiedzialne za marketing i rozwój usług
- ✓ menedżerowie i koordynatorzy ds. komunikacji
- ✓ przedsiębiorcy rozwijający działalność lokalną lub online

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą uporządkować i profesjonalizować proces pozyskiwania klientów.

**Minimalna liczba uczestników**

1

**Maksymalna liczba uczestników**

1

**Data zakończenia rekrutacji**

31-05-2026

<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	20
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

## Cel

### Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do projektowania strategii marketingowej oraz budowy lejka pozyskiwania klientów, spójnych z celami biznesowymi oraz specyfiką rynku usług zdrowotnych.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu budowania lejka marketingowo-sprzedażowego	opisuje strukturę strategii marketingowej w usługach zdrowotnych	Test teoretyczny
	omawia zależności między celami biznesowymi a marketingowymi	Test teoretyczny
	charakteryzuje proces podejmowania decyzji przez klienta/pacjenta	Test teoretyczny
	omawia etapy ścieżki decyzji klienta (Customer Journey)	Test teoretyczny
	definiuje punkty styku klienta z marką	Test teoretyczny
	opisuje rolę doświadczenia klienta w procesie pozyskiwania i konwersji	Test teoretyczny
	omawia strukturę lejka marketingowego	Test teoretyczny
	omawia rolę strony internetowej w procesie konwersji	Test teoretyczny
	charakteryzuje funkcję mediów społecznościowych w procesie akwizycji	Test teoretyczny
opisuje mechanizmy budowania zaufania w marketingu usług zdrowotnych	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
buduje lejek marketingowo-sprzedażowy	wykorzystuje zasady budowy strategii marketingowej w analizie własnej działalności	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	planuje cele marketingowe spójne z celami biznesowymi	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	analizuje ścieżkę decyzji klienta/pacjenta	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje punkty styku klienta z marką	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje mapę Customer Journey	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje strukturę lejka marketingowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje komunikację na poszczególnych etapach lejka	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje media społecznościowe jako element systemu pozyskiwania klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje funkcję strony internetowej w procesie konwersji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera działania marketingowe zwiększające skuteczność pozyskiwania klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	podejmuje bardziej świadome decyzje dotyczące działań promocyjnych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje postawę strategiczną i analityczną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje profesjonalne podejście do planowania marketingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	krytycznie analizuje własne działania marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do optymalizacji procesów pozyskiwania klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych

# 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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

Szkolenie „**Projektowanie strategii marketingowej i lejka pozyskiwania klientów**” to specjalistyczna usługa rozwojowa skoncentrowana na strategicznym i procesowym podejściu do marketingu usług zdrowotnych.

Program szkolenia obejmuje zagadnienia związane z budową struktury strategii marketingowej, powiązaniem działań promocyjnych z celami biznesowymi oraz analizą procesu podejmowania decyzji przez klienta. Uczestnicy poznają mechanizmy wpływające na zachowania klientów/pacjentów, uczą się identyfikować punkty styku odbiorcy z marką oraz analizować doświadczenie klienta (Customer Journey).

Drugi dzień szkolenia poświęcony jest projektowaniu lejka marketingowego oraz zasadom budowania komunikacji dopasowanej do poszczególnych etapów decyzji klienta. Omawiana jest rola mediów społecznościowych jako kanału pozyskiwania uwagi i budowania relacji oraz strony internetowej jako narzędzia konwersji i wzmacniania zaufania.

Istotnym elementem szkolenia jest rozwijanie umiejętności świadomego projektowania systemu pozyskiwania klientów, który łączy działania wizerunkowe, edukacyjne i sprzedażowe w spójny proces marketingowy.

Szkolenie ma charakter warsztatowy – uczestnicy pracują na analizach, przykładach rynkowych oraz własnych modelach biznesowych, co umożliwia praktyczne zastosowanie zdobytej wiedzy.

**Teoria: 8h**

**praktyka: 10h, 15min**

### Moduł 1. Architektura strategii marketingowej (teoria 1h, praktyka 1h)

- Struktura nowoczesnej strategii marketingowej
- Elementy strategii w usługach zdrowotnych
- Najczęstsze błędy planowania działań promocyjnych
- Strategia jako system, nie pojedyncze działania

**Ćwiczenie:** analiza obecnych działań uczestnika

### Moduł 2. Cele biznesowe vs cele marketingowe (teoria 1h, praktyka 1h)

- Powiązanie marketingu z wynikami finansowymi
- Cele wizerunkowe, sprzedażowe, relacyjne
- Jak definiować realistyczne cele marketingowe
- Marketing jako narzędzie realizacji strategii firmy

### **Moduł 3. Ścieżka decyzji klienta (teoria 1h, praktyka 1h)**

- Proces podejmowania decyzji w usługach zdrowotnych
- Etapy: świadomość → zainteresowanie → zaufanie → decyzja
- Psychologia klienta/pacjenta
- Bariery i momenty krytyczne

### **Moduł 4. Punkty styku klienta z marką (teoria 1h, praktyka 1h)**

- Touchpointy online i offline
- Rola pierwszego kontaktu
- Spójność doświadczenia klienta
- Wpływ komunikacji na postrzeganie eksperckości

### **Moduł 5. Customer Journey PRO (praktyka 1h)**

- Analiza doświadczeń klienta
- Identyfikacja luk i barier
- Projektowanie lepszego doświadczenia

**Ćwiczenie:** mapa ścieżki klienta

### **Moduł 6. Projektowanie lejka marketingowego (teoria 2h, praktyka 1h)**

- Struktura lejka w usługach specjalistycznych
- Etapy pozyskiwania i konwersji
- Lejek jako proces budowania relacji
- Najczęstsze błędy konstrukcji lejka

### **Moduł 7. Social media jako kanał akwizycji (teoria 1h, praktyka 1h)**

- Rola SM w generowaniu zainteresowania
- Budowanie widoczności i relacji
- Typy treści na różnych etapach lejka
- Mechanizmy przyciągania odbiorców

### **Moduł 8. Strona internetowa jako narzędzie konwersji (teoria 1h, praktyka 1h)**

- Funkcja strony w procesie decyzji klienta
- Elementy zwiększające zaufanie
- UX a decyzje zakupowe
- Najczęstsze błędy stron usługowych

### **Moduł 9. Komunikacja w lejku (praktyka 1h)**

- Dopasowanie komunikatów do etapu decyzji
- Język ekspercki vs sprzedażowy
- Treści edukacyjne, wizerunkowe, sprzedażowe
- Spójność narracji

### **Moduł 10. Budowanie zaufania i konwersji (praktyka 1h, 15min)**

- Mechanizmy psychologiczne
- Autorytet, wiarygodność, dowody społeczne
- Redukcja obiekcji klienta
- Zaufanie jako kluczowy element sprzedaży usług zdrowotnych

#### **Walidacja (15min)**

Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się w trakcie zajęć z zastosowaniem metody Obserwacja w warunkach symulowanych prowadzoną przez walidatora usługi, nie ingerując w część edukacyjną usługi rozwojowej. Proces ten pozwala na bieżącą ocenę kompetencji uczestników nabywanych podczas szkolenia. Ostateczne potwierdzenie zdobytych kompetencji następuje po części

edukacyjnej, poprzez napisanie przez uczestnika testu wiedzy, w którym uwzględniane są wyniki zarówno obserwacji praktycznej, jak i testu teoretycznego.

Szkolenie realizowane jest w formie warsztatowej, z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, ćwiczeń praktycznych oraz analizy przykładów. Zajęcia są indywidualne.

Uczestnicy mają zapewniony dostęp do materiałów szkoleniowych w formie prezentacji lub materiałów dydaktycznych przekazywanych w trakcie szkolenia lub po jego zakończeniu.

Szkolenie odbywa się w sali szkoleniowej wyposażonej w niezbędną infrastrukturę dydaktyczną, w szczególności:

- stanowiska dla uczestników,
- sprzęt multimedialny (projektor/monitor, komputer),
- dostęp do internetu.

Uczestnicy powinni posiadać podstawowe umiejętności obsługi komputera oraz urządzenie umożliwiające udział w ćwiczeniach praktycznych (np. laptop lub smartfon z dostępem do internetu).

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (45 min). Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 13</b> Moduł 1. Architektura strategii marketingowej	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	12:00	13:30	01:30
<b>2 z 13</b> Moduł 2. Cele biznesowe vs cele marketingowe	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	13:30	15:00	01:30
<b>3 z 13</b> Moduł 3. Ścieżka decyzji klienta	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	15:00	16:30	01:30
<b>4 z 13</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	16:30	17:00	00:30
<b>5 z 13</b> Moduł 4. Punkty styku klienta z marką	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	17:00	18:30	01:30
<b>6 z 13</b> Moduł 5. Customer Journey PRO	Joanna Rudziewicz	01-06-2026	18:30	19:15	00:45
<b>7 z 13</b> Moduł 6. Projektowanie lejka marketingowego	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	09:00	11:15	02:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 13</b> Moduł 7. Social media jako kanał akwizycji	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	11:15	12:45	01:30
<b>9 z 13</b> Moduł 8. Strona internetowa jako narzędzie konwersji	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	12:45	14:15	01:30
<b>10 z 13</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	14:15	14:45	00:30
<b>11 z 13</b> Moduł 9. Komunikacja w lejku	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	14:45	15:30	00:45
<b>12 z 13</b> Moduł 10. Budowanie zaufania i konwersji	Joanna Rudziewicz	19-06-2026	15:30	16:30	01:00
<b>13 z 13</b> walidacja	-	19-06-2026	16:30	16:45	00:15

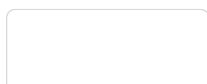
## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	250,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	250,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



**1 z 1**



## Joanna Rudziewicz

specjalistka ds. marketingu, strategii komunikacji oraz produkcji treści wizualnych. Od wielu lat aktywnie związana z branżą marketingową, gdzie zdobywała doświadczenie zarówno w pracy agencyjnej, jak i po stronie marek.

W ostatnich latach systematycznie podnosiła swoje kompetencje w obszarach nowoczesnego marketingu, w szczególności w zakresie strategii komunikacji cyfrowej, analityki marketingowej, budowania lejków sprzedażowych, content marketingu oraz projektowania komunikacji wizualnej. Rozwijała umiejętności związane z marketingiem efektywnościowym, e-commerce oraz tworzeniem spójnych strategii obecności marek w kanałach online.

Posiada praktyczne doświadczenie w realizacji kampanii marketingowych, zarządzaniu projektami, SEO, social media oraz produkcji materiałów foto i video dla firm i marek osobistych.

Obecnie prowadzi własną agencję marketingową Eleo Media, w ramach której realizuje strategie marketingowe B2B, działania wizerunkowe oraz projekty contentowe. Równolegle prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu marketingu, komunikacji marki oraz budowania skutecznych działań promocyjnych.

Specjalizuje się w łączeniu podejścia strategicznego z praktyką rynkową.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

### Informacje dodatkowe

Usługa 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%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

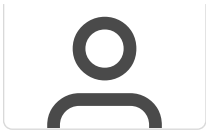
## Adres

ul. Seweryna Piętnego 18B/205  
10-006 Olsztyn  
woj. warmińsko-mazurskie

## Kontakt



Marta Skraba



**E-mail** [szkolenia@it-ec.pl](mailto:szkolenia@it-ec.pl)

**Telefon** (+89) 451 055 967