



Circinus Training  
Center Adam  
Pluciński

★★★★★ 4,5 / 5

1 302 oceny

## Marketing operacyjny i cyfrowa automatyzacja procesów wspierających sprzedaż

Numer usługi 2026/03/06/9472/3384998

📍 Mogilno

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

🕒 32:00 h

📅 13.05.2026 do 25.06.2026

5 405,85 PLN brutto

4 395,00 PLN netto

168,93 PLN brutto/h

137,34 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Pracownicy działów marketingu, sprzedaży, obsługi klienta, wsparcia sprzedaży, administracji, logistyki oraz analitycy i koordynatorzy.</li> </ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	10
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	16
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	11-05-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
<b>Liczba godzin usługi</b>	32
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Rozwój kompetencji w zakresie marketingu operacyjnego, automatyzacji procesów wspierających sprzedaż oraz analizy danych marketingowo-sprzedażowych w celu zwiększenia efektywności działań rynkowych organizacji.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wyjaśnia rolę marketingu operacyjnego w organizacji i jego wpływ na wyniki sprzedażowe.</p> <p>Identyfikuje kluczowe procesy marketingowe wymagające automatyzacji lub optymalizacji.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawna definicja marketingu operacyjnego,</li> <li>- wskazanie min. 2 zależności między marketingiem a sprzedażą.</li> <li>- wskazanie min. 3 procesów marketingowych,</li> <li>- poprawne określenie, na czym może polegać ich optymalizacja.</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Charakteryzuje zasady segmentacji klientów i zarządzania danymi marketingowymi.</p> <p>Wskazuje podstawowe wskaźniki efektywności (KPI) stosowane w marketingu.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawne wskazanie min. 2 kryteriów segmentacji,</li> <li>- prawidłowe opisanie znaczenia jakości danych.</li> <li>- poprawne wskazanie min. 3 KPI marketingowych,</li> <li>- właściwe przypisanie wskaźnika do celu marketingowego.</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Opisuje zasady raportowania i analizy danych marketingowych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawne określenie elementów raportu marketingowego,</li> <li>- wskazanie zasad interpretacji danych.</li> </ul>	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Mapuje proces marketingowy i wskazuje obszary usprawnień.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawne wskazanie min. 4 etapów procesu,</li> <li>- identyfikacja min. 2 obszarów do optymalizacji,</li> <li>- logiczne uzasadnienie proponowanych zmian.</li> </ul>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Segmentuje klientów na podstawie danych oraz definiuje grupy docelowe.</p> <p>Analizuje dane marketingowo-sprzedażowe i interpretuje wyniki.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- zastosowanie adekwatnych kryteriów segmentacji,</li> <li>- prawidłowe przypisanie klientów do segmentów,</li> <li>- uzasadnienie wyboru segmentów docelowych.</li> <li>- poprawna interpretacja danych liczbowych,</li> <li>- wskazanie wniosków wynikających z analizy,</li> <li>- zaproponowanie adekwatnych działań korygujących.</li> </ul>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
<p>Opracowuje uproszczony raport lub dashboard wspierający decyzje.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawna struktura raportu,</li> <li>- dobór właściwych wskaźników,</li> <li>- czytelna prezentacja danych.</li> </ul>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje działania marketingowe wspierające sprzedaż.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- spójność zaproponowanych działań z celem biznesowym,</li> <li>- dopasowanie działań do segmentu klientów,</li> <li>- wskazanie mierników efektywności.</li> </ul>	Obserwacja w warunkach symulowanych
<p>Podejmuje decyzje w oparciu o dane i mierniki efektywności.</p> <p>Współpracuje międzydziałowo w realizacji działań marketingowych.</p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- formułowanie argumentów opartych na wskaźnikach,</li> <li>- odwoływanie się do analizy danych,</li> <li>- logiczna struktura wypowiedzi.</li> <li>- aktywny udział w pracy zespołu,</li> <li>- konstruktywna komunikacja,</li> <li>- uwzględnianie perspektywy innych działów.</li> </ul>	<p>Debata ustrukturyzowana</p> <p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p>
Wykazuje gotowość do wdrażania usprawnień procesowych.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- przedstawienie argumentów za zmianą,</li> <li>- wskazanie korzyści organizacyjnych,</li> <li>- odniesienie się do potencjalnych barier wdrożeniowych.</li> </ul>	Debata ustrukturyzowana
Odpowiedzialnie zarządza informacjami i danymi klientów.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- poprawne wskazanie zasad bezpiecznego przetwarzania danych,</li> <li>- rozróżnienie danych wrażliwych i operacyjnych.</li> </ul>	Test teoretyczny
Wykazuje otwartość na zmiany technologiczne i organizacyjne.	<ul style="list-style-type: none"> <li>- aktywne uczestnictwo w dyskusji,</li> <li>- przedstawienie co najmniej jednego argumentu wspierającego transformację cyfrową.</li> </ul>	Debata ustrukturyzowana

## 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

### DZIEŃ 1

## Marketing procesowy i automatyzacja działań rynkowych

### 1. Marketing jako system wspierający sprzedaż

- Marketing operacyjny vs. marketing strategiczny
- Marketing w strukturze organizacji – rola działów wspierających
- Integracja marketingu, sprzedaży i obsługi klienta
- Cyfrowa transformacja procesów rynkowych

### 2. Automatyzacja w marketingu i działaniach okołosprzedażowych

- Identyfikacja procesów możliwych do automatyzacji
- Cyfrowe planowanie działań marketingowych i handlowych
- Standaryzacja pracy w terenie i w biurze
- Zarządzanie zadaniami, kalendarzem i przepływem informacji

### 3. Mapowanie procesów marketingowych

- Analiza ścieżki klienta (Customer Journey)
- Punkty styku z klientem i ich optymalizacja
- Eliminacja wąskich gardeł informacyjnych

#### Warsztat:

- Mapowanie procesu obsługi klienta i wsparcia sprzedaży
- Projekt uproszczonego modelu automatyzacji procesu marketingowego

### DZIEŃ 2

## Zarządzanie relacjami z klientem i optymalizacja działań marketingowych

### 1. Zarządzanie danymi klientów w marketingu

- Struktura i jakość danych
- Segmentacja klientów
- Standaryzacja informacji marketingowych
- Aktualizacja i weryfikacja danych

### 2. Marketing wspierający sprzedaż

- Tworzenie ofert dopasowanych do segmentu
- Cross-selling i up-selling jako element strategii marketingowej
- Zarządzanie promocjami i programami rabatowymi
- Marketing relacyjny i budowanie długofalowej współpracy

### 3. Marketing w środowisku hybrydowym

- Zdalne formy kontaktu z klientem
- Organizacja spotkań online
- Zarządzanie komunikacją w zespołach rozproszonych

#### Warsztat:

- Opracowanie modelu kampanii marketingowej wspierającej sprzedaż
- Analiza przykładowych danych klientów i projekt segmentacji

## DZIEŃ 3

### Marketing analityczny i zarządzanie efektywnością działań

#### 1. Podstawy analityki marketingowej

- Kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) w marketingu
- Rentowność działań marketingowych
- Analiza skuteczności kampanii
- Monitorowanie lejka sprzedażowego

#### 2. Praca z danymi w marketingu

- Strukturyzacja danych
- Formuły i funkcje wspierające analizę
- Analiza warunkowa danych
- Wyszukiwanie i łączenie informacji

#### 3. Raportowanie i wizualizacja danych

- Tworzenie zestawień i podsumowań
- Tabele analityczne
- Dashboardy marketingowe
- Dobór właściwej formy prezentacji danych

#### Warsztat:

- Budowa modelu raportu marketingowego
- Projekt dashboardu wspierającego decyzje zarządcze

## DZIEŃ 4

### Optymalizacja procesów marketingowych i wdrażanie zmian

#### 1. Marketing a procesy operacyjne

- Integracja marketingu z logistyką i obsługą klienta
- Zarządzanie przepływem informacji w organizacji
- Cyfrowa identyfikacja procesów i ich monitorowanie

#### 2. Optymalizacja i standaryzacja

- Identyfikacja strat procesowych
- Wprowadzanie usprawnień w działaniach marketingowych
- Standaryzacja działań i dokumentacji
- Zarządzanie zmianą w organizacji

### 3. Plan wdrożenia usprawnień

- Określenie nowych ról i odpowiedzialności
- Plan komunikacji wewnętrznej
- Mierniki sukcesu wdrożenia

#### Warsztat końcowy:

- Opracowanie planu usprawnień marketingowo-sprzedażowych dla własnej organizacji
- Prezentacja rozwiązań
- Sesja pytań i odpowiedzi
- Podsumowanie szkolenia

#### Walidacja usługi

##### Cele:

- Podsumowanie zdobytej wiedzy i umiejętności
- Sprawdzenie efektywności szkolenia w praktyce

##### Plan zajęć:

- Powtórzenie kluczowych elementów: Przegląd najważniejszych zagadnień z każdego dnia szkolenia.
- Dyskusja moderowana na temat doświadczeń z wdrażania nowych umiejętności.
- **Test wiedzy:** Test podsumowujący kluczowe tematy szkolenia.
- **Ankiety ewaluacyjne:** Wypełnienie ankiet podsumowujących szkolenie.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 5

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
<b>1 z 5</b> Dzień 1: Marketing procesowy i automatyzacja	Adam Pluciński	13-05-2026	09:00	16:00	07:00	Tak
<b>2 z 5</b> Dzień 2: Relacje z klientem i marketing hybrydowy	Adam Pluciński	26-05-2026	09:00	16:00	07:00	Tak
<b>3 z 5</b> Dzień 3: Analityka i raportowanie	Adam Pluciński	16-06-2026	09:00	16:00	07:00	Tak
<b>4 z 5</b> Dzień 4: Optymalizacja i wdrażanie zmian	Adam Pluciński	25-06-2026	09:00	15:00	06:00	Tak

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
5 z 5 Walidacja	-	25-06-2026	15:00	16:00	01:00	Nie

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 405,85 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 395,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	168,93 PLN
Koszt osobogodziny netto	137,34 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Adam Pluciński

Adam Pluciński od 16 lat realizuje usługi rozwojowe. W latach 2010-2014 realizował politykę szkoleniową dla jednej z największych firm Call i Contact Center w Polsce, pełniąc funkcję Kierownika Działu Szkoleń i Jakości. Kierował pracą ponad 60 osobowego zespołu, budując struktury działu od podstaw. Od 2011 jest właścicielem firmy szkoleniowo-doradczej Circinus Training Center, która tworzy rozwiązania i programy dedykowane, uwzględniając specyfikę branży i organizacji. Pracuje z zespołami w formie coachingowo-doradczej, w zakresie rozwoju zasobów ludzkich w organizacji i rozwoju sprzedaży. Realizował wiele projektów w zakresie opracowania i wdrażania ścieżek kariery dla pracowników, wdrażania systemów motywacyjnych oraz tworzenia systemu ocen pracowniczych. Odpowiada za tworzenie procesów oraz standardów jakościowych. Był odpowiedzialny za modelowanie procedur w celu rozwoju sprzedaży oraz jakości obsługi Klienta. Specjalizuje się w analizie procesów i wdrażaniu usprawnień, za pomocą których zwiększał efektywność kampanii sprzedażowych i utrzymaniowych.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały szkoleniowe zostaną dostarczone mailowo, forma cyfrowa. Na szkoleniu uczestnik otrzyma: notes, długopis. Materiały do ćwiczeń dostarcza prowadzący.

## Informacje dodatkowe

Czas trwania szkolenia:

1 dzień - 8h dydaktycznych - 8 \* 45 minut + przerwy

Przerwa kawowa: 2 x 15 minut

Przerwa obiadowa: 30 minut

Szkolenia zakładają 3h dydaktyczne teorii oraz 5h dydaktycznych zajęć praktycznych.

Potwierdzenie obecności uczestników:

- forma stacjonarna - podpisanie listy obecności
- forma online w czasie rzeczywistym - raport z logowań

Obowiązek uczestnictwa w **minimum 80% zajęć**.

Kiedy dofinansowanie usługi wyniesie 70% lub więcej, usługa zostanie zwolniona z VAT na podstawie: § 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 na podstawie art. 82 ust 3 ustawy z dnia 11 marca 2004. o podatku od towarów i usług (t.j. Dz. U. 2020 r., poz. 106 z późn. zm.).

## Warunki techniczne

WYMAGANIA TECHNICZNE:

Wymagania dotyczące realizacji modułów oraz walidacji realizowanych w formule online w czasie rzeczywistym:

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji.

W celu zapewnienia najwyższej jakości odbioru szkolenia realizowanego w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy Microsoft Teams, uczestnik jest zobowiązany do zapewnienia następujących warunków technicznych:

### 1. Parametry łącza sieciowego

Przepustowość: Minimalna prędkość łącza internetowego powinna wynosić 2.0 Mbps (download/upload) dla stabilnego odbioru audio-wideo. Zalecane jest korzystanie z połączenia przewodowego lub stabilnej sieci Wi-Fi w paśmie 5GHz.

### 2. Wymagania sprzętowe

Urządzenie: Komputer PC lub laptop z procesorem min. 1.6 GHz oraz pamięcią RAM min. 4 GB.

Audio: Sprawne głośniki/słuchawki oraz mikrofon. Zaleca się stosowanie zestawu słuchawkowego w celu eliminacji echa i zakłóceń z otoczenia.

Wideo: Kamera internetowa o rozdzielczości min. 720p (opcjonalnie, w zależności od wymagań interakcji podczas szkolenia).

### 3. Oprogramowanie

Aplikacja/Przeglądarka: Aktualna wersja aplikacji Microsoft Teams lub przeglądarka internetowa (preferowane: Microsoft Edge lub Google Chrome w najnowszej wersji).

System operacyjny: Windows 10/11, macOS lub systemy mobilne (Android/iOS) z zainstalowaną dedykowaną aplikacją.

### 4. Pozostałe aspekty techniczne

Uprawnienia: Uczestnik musi posiadać uprawnienia administracyjne na swoim urządzeniu do nadania przeglądarce lub aplikacji dostępu do kamery i mikrofonu.

Dostęp do usługi: Link do spotkania zostanie przesłany drogą elektroniczną przed terminem rozpoczęcia usługi. Dołączenie do szkolenia nie wymaga posiadania płatnej licencji MS Teams.

Niezbędny jest mikrofon oraz kamera – wbudowany w sprzęt lub zewnętrzny.

## Adres

ul. Przemysłowa 7a  
88-300 Mogilno  
woj. kujawsko-pomorskie

## Kontakt



**Daniel Pluciński**

**E-mail** [daniel.plucinski@circinus.pl](mailto:daniel.plucinski@circinus.pl)

**Telefon** (+48) 690 908 508