



## Od kontaktu do kontraktu – jak budować skuteczne lejki sprzedażowe i jak pozyskiwać klientów B2B za pomocą narzędzi komunikacji online

Numer usługi 2026/03/07/40363/3388203

4 649,40 PLN brutto  
3 780,00 PLN netto  
211,34 PLN brutto/h  
171,82 PLN netto/h  
187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

Instytut

Doskonałości

Strategicznej Sp. z

o.o.

★★★★★ 5,0 / 5

1 206 ocen

📍 Brodnica / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 22 h

📅 09.06.2026 do 06.10.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Identyfikatory projektów</b>	Regionalny Fundusz Szkoleniowy II
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Przedsiębiorcy i pracownicy w sektorze przetwórstwa spożywczego, którzy chcą pozyskać wiedzę na temat skutecznego generowania leadów sprzedażowych i budowania lejków sprzedażowych zakończonych finalizacją transakcji przy udziale narzędzi marketingowych online.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	5
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	08-06-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	22
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa pt. Od kontaktu do kontraktu – jak budować skuteczne lejki sprzedażowe i jak pozyskiwać klientów B2B za pomocą narzędzi komunikacji online umożliwi zrozumienie istoty podejmowanego zagadnienia, wprowadzi merytorycznie do tematu oraz przygotowuje do podjęcia działań do samodzielnego działania w zakresie pozyskiwania klientów.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik po zakończonej usłudze posługuje się wiedzą dotyczącą: prowadzenia działań prosprzedażowych w kanale online.	Uczestnik po zakończonej usłudze: - definiuje i charakteryzuje proces realizowania działań marketingowych i sprzedażowych online.	Test teoretyczny
Uczestnik po zakończonej usłudze: - przygotowuje lejek sprzedażowy, - dopasowuje przekaz do potrzeb i konkretnych grup docelowych, - dopasowuje narzędzie do skutecznej dystrybucji treści przekazu marketingowego.	Uczestnik po zakończonej usłudze: - charakteryzuje lejek sprzedażowy;	Test teoretyczny
	Uczestnik po zakończonej usłudze: - wskazuje potrzeby konkretnych grup docelowych;	Test teoretyczny
	Uczestnik po zakończonej usłudze: - opisuje narzędzia do skutecznej dystrybucji treści przekazu marketingowego.	Test teoretyczny
	Uczestnik po zakończonej usłudze: charakteryzuje potrzeby i motywacje potencjalnych klientów;	Test teoretyczny
Uczestnik po zakończonej usłudze: rozróżnia potrzeby i motywacje potencjalnych klientów oraz dopasowuje komunikaty do potrzeb konsumentów.	Uczestnik po zakończonej usłudze: wskazuje odpowiednie komunikaty zgodne z potrzebami klientów.	Test teoretyczny

## 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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

# Program

**W trakcie usługi szkoleniowej zostaną podjęte następujące zagadnienia umożliwiające zdobycie przewidzianych w usłudze zasobów wiedzy, umiejętności i społecznych kompetencji:**

Zapoznanie uczestników z celami i metodami prowadzenia szkolenia, a także jego zakładanymi efektami;

Zapoznanie z kluczowymi narzędziami lead generation: customer journey map i lejkiem sprzedażowym;

Nauka wyznaczania celów biznesowych opartych o metodologię SMART;

Nabycie umiejętności związanych z wyborem narzędzi komunikacji i sprzedaży do odpowiedniego etapu w procesie sprzedaży online do wskazanych grup docelowych;

Zapoznanie z dobrymi praktykami ewaluacji skuteczności działań lead generation w kanałach online w segmencie B2B;

Walidujący test teoretyczny.

Szkolenie adresowane jest do pracowników działu sprzedaży, marketingu i obsługi klienta w sektorze przetwórstwa spożywczego.

Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 10</b> Zapoznanie uczestników z celami i metodami prowadzenia szkolenia, a także jego zakładanymi efektami oraz wprowadzenie do szkolenia	Łukasz Darka	09-06-2026	09:00	09:30	00:30
<b>2 z 10</b> Lead generation w praktyce	Łukasz Darka	09-06-2026	09:30	12:00	02:30
<b>3 z 10</b> Lead magnety w branży przemysłowo-spożywczej	Łukasz Darka	23-06-2026	09:00	10:30	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>4 z 10</b> Przegląd i dobór właściwych formatów przyciągania uwagi w sieci i zdobywania kontaktu do klientów	Łukasz Darka	23-06-2026	10:30	12:00	01:30
<b>5 z 10</b> Lejki marketingowe dopasowane do długiego procesu zakupowego	Łukasz Darka	07-07-2026	09:00	12:00	03:00
<b>6 z 10</b> Podgrzewanie lead i finalizowanie sprzedaży lub spotkanie z potencjalnym klientem.	Łukasz Darka	25-08-2026	09:00	12:00	03:00
<b>7 z 10</b> Strona internetowa i landing page jako narzędzie generowania leadów	Łukasz Darka	08-09-2026	09:00	12:00	03:00
<b>8 z 10</b> Automatyzacja komunikacji i nurturing leadów	Łukasz Darka	22-09-2026	09:00	12:00	03:00
<b>9 z 10</b> Mierzenie skuteczności działań i optymalizacja lejka	Łukasz Darka	06-10-2026	09:00	12:30	03:30
<b>10 z 10</b> Walidujący test teoretyczny	-	06-10-2026	12:30	13:00	00:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 649,40 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 780,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	211,34 PLN
Koszt osobogodziny netto	171,82 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Łukasz Darka

Posiada wiedzę i doświadczenie zgodne z zakresem tematycznym usługi. Ma wykształcenie wyższe. Trener specjalizuje się w zakresie marketingu i strategicznego planowania komunikacji firm i marek. Posiada doświadczenie w branży marketingowej na rynku krajowym i zagranicznym (UE, USA, Izrael). Zajmuje się budowaniem i egzekucją strategii marketingowej (analityka rynkowa i benchmarking, kreacja, narzędzia online, offline), realizuje doradztwa i szkolenia w zakresie PR wizerunkowego, korporacyjnego i produktowego. Zajmuje się także komercjalizacją produktów i innowacji na rynkach zagranicznych. Posiada wiedzę w zakresie rozwijania nowych produktów, eksportu, marketingu inwestorskiego, budowania strategii biznesowej i marketingowej, analizy strategicznej, analizy SWOT, APA, Business Model Canvas, Value Proposition Canvas, analizy konkurencji i badań rynkowych, narzędzi komunikacji z klientami i budowania wizerunku marki w sieci, key messages i narzędzi komunikacji w kanałach online i offline. W ciągu trzech ostatnich lat opracował co najmniej 20 strategii marketingowych dla firm z sektora MŚP, instytucji publicznych i jednostek samorządu terytorialnego.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy na bieżąco będą wyposażeni w wiedzę (mającą formę ustną i pisemną) oraz materiały niezbędne do realizowania w trakcie szkolenia kolejnych prac warsztatowych, w tym m.in. w ukierunkowane pytania i arkusze.

### Warunki uczestnictwa

Warunkiem uczestnictwa w usłudze szkoleniowej jest poprawne zarejestrowanie przez przedsiębiorcę usługi poprzez system Bazy Usług Rozwojowych.

### Informacje dodatkowe

Forma wsparcia po zakończonej usłudze: możliwość dodatkowych konsultacji w formie mailowej i telefonicznej.

## Adres

ul. 18 Stycznia 4

87-300 Brodnica

woj. kujawsko-pomorskie

ul. 18 Stycznia 4, 87-300 Brodnica.

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



**Waldemar Glabiszewski**

**E-mail** [w.g@umk.pl](mailto:w.g@umk.pl)

**Telefon** (+48) 604 235 663