



Eco Marketing Performance – Direct Response, Lead Magnet i Systemowy Follow-up w Praktyce Zrównoważonej - szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/03/17/156609/3411790

6 500,00 PLN brutto
 6 500,00 PLN netto
 270,83 PLN brutto/h
 270,83 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

🕒 24:00 h

📅 08.05.2026 do 15.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób prowadzących działalność gospodarczą oraz pracujących w obszarze marketingu i sprzedaży, które chcą zwiększyć skuteczność działań marketingowych oraz pozyskiwać klientów w sposób mierzalny i efektywny kosztowo.

Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:

właściciele małych i średnich przedsiębiorstw

osoby samozatrudnione i freelancerzy

specjaliści świadczący usługi eksperckie (np. branża doradcza, szkoleniowa, marketingowa, beauty, zdrowotna)

osoby odpowiedzialne za marketing i sprzedaż w firmach usługowych

menedżerowie rozwijający systemy pozyskiwania klientów

osoby budujące markę osobistą i ofertę ekspercką

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą uporządkować swoje działania marketingowe, zwiększyć liczbę wartościowych zapytań ofertowych, poprawić efektywność kosztową marketingu oraz wdrażać działania zgodne z zasadami zrównoważonego zarządzania i zielonych kompetencji.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

07-05-2026

Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	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 i prowadzenia działań marketingowych w modelu direct response, ukierunkowanych na generowanie mierzalnych rezultatów, optymalizację kosztów oraz efektywne i zrównoważone wykorzystanie zasobów, z uwzględnieniem zasad zielonych kompetencji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu projektowania i prowadzenia działań marketingowych w modelu direct response	opisuje zasady marketingu direct response oraz ich zastosowanie w działalności usługowej.	Test teoretyczny
	omawia rolę marketingu edukacyjnego w procesie pozyskiwania i selekcji klientów.	Test teoretyczny
	charakteryzuje kluczowe wskaźniki efektywności działań marketingowych, w tym ROI i LTV	Test teoretyczny
	definiuje elementy skutecznego przekazu marketingowego oraz strukturę materiałów edukacyjnych (lead magnet)	Test teoretyczny
	opisuje znaczenie systemowego follow-up w procesie sprzedaży i utrzymania relacji z klientem	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
projektuje i prowadzi działania marketingowe w modelu direct response	projektuje komunikaty marketingowe ukierunkowane na generowanie zapytań ofertowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy materiały edukacyjne dopasowane do potrzeb i problemów klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje efektywność działań marketingowych i podejmuje decyzje optymalizacyjne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje system pozyskiwania klientów z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje proces follow-up oraz zarządzania bazą kontaktów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera działania marketingowe w oparciu o mierzalne rezultaty i cele biznesowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje zasady efektywnego i racjonalnego wykorzystania zasobów w działaniach marketingowych	opisuje zasady efektywnego i racjonalnego wykorzystania zasobów w działaniach marketingowych	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje działania generujące nadmierne koszty i niską efektywność	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	planuje działania marketingowe w oparciu o dane i rzeczywiste wyniki, ograniczając marnotrawstwo zasobów.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	optymalizuje procesy marketingowe w celu zwiększenia efektywności i ograniczenia strat	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	stosuje podejście zrównoważone w planowaniu komunikacji i budowaniu relacji z klientem	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	wykazuje świadomość znaczenia odpowiedzialnej i rzetelnej komunikacji marketingowej	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	rozumie potrzebę budowania zaufania i długofalowych relacji z klientem.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	podejmuje świadome decyzje dotyczące wyboru działań marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje otwartość na wdrażanie zmian i rozwój kompetencji w obszarze marketingu	Obserwacja w warunkach symulowanych

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

Szkolenie koncentruje się na praktycznym zastosowaniu direct response marketingu w działalności usługowej i eksperckiej, gdzie kluczowe znaczenie ma generowanie zapytań ofertowych oraz mierzalnych efektów biznesowych. Uczestnicy poznają zasady tworzenia komunikacji marketingowej opartej na edukacji klienta, budowaniu zaufania oraz precyzyjnym dopasowaniu przekazu do jego potrzeb i problemów.

W trakcie szkolenia omawiane są mechanizmy pozyskiwania klientów w oparciu o dane i wskaźniki efektywności, w tym analiza kosztów działań marketingowych, zwrotu z inwestycji oraz wartości klienta w czasie. Uczestnicy uczą się projektować skuteczne komunikaty marketingowe, tworzyć materiały edukacyjne (lead magnety) oraz budować systemy pozyskiwania i utrzymania klientów.

Istotnym elementem szkolenia jest również optymalizacja działań marketingowych oraz wdrażanie zasad zielonych kompetencji, polegających na racjonalnym zarządzaniu budżetem, ograniczaniu nieefektywnych działań oraz maksymalizacji efektów przy wykorzystaniu dostępnych zasobów.

Szkolenie ma charakter warsztatowy – uczestnicy pracują na własnych przykładach, tworzą elementy komunikacji marketingowej oraz projektują rozwiązania możliwe do wdrożenia w swojej działalności. Rezultatem szkolenia jest zwiększenie skuteczności działań marketingowych, poprawa efektywności kosztowej oraz uporządkowanie systemu pozyskiwania klientów.

Moduł 1. Marketing edukacyjny jako narzędzie selekcji (teoria1h, praktyka 1h)

Pierwszeństwo informacji i rola materiałów edukacyjnych jako pierwszego punktu styku z marką

Zmiana perspektywy klienta i pozycjonowanie oferty jako rozwiązania dopasowanego do jego potrzeb

Budowanie zaufania poprzez argumentację i edukację

Wykorzystanie treści edukacyjnych do ograniczania przypadkowych zapytań i optymalizacji pracy

Moduł 2. Podejście oparte na mierzalnych rezultatach (teoria1h, praktyka 2h)

Ekonomia pozyskiwania klientów – kluczowe wskaźniki efektywności

Analiza zwrotu z inwestycji w marketing (ROI)

Testy i optymalizacja działań marketingowych

Dożywnia wartość klienta (LTV) i jej wpływ na decyzje biznesowe

Racjonalne planowanie budżetów marketingowych w oparciu o efektywność i ograniczanie strat zasobów

Moduł 3. Anatomia skutecznego przekazu marketingowego (teoria1h, praktyka 2h)

Zasady Direct Response – tworzenie komunikatów nastawionych na efekt

Budowanie komunikacji generującej zapytania ofertowe

Rola wyróżnienia i odważnego przekazu w marketingu eksperckim

Przejsięcie od komunikacji wizerunkowej do sprzedażowej

Ograniczanie nadprodukcji treści i koncentracja na działaniach o wysokiej skuteczności

Moduł 4. Projektowanie materiałów edukacyjnych (Lead Magnet) (teoria1h, praktyka 2h)

Analiza potrzeb, problemów i obiekcji klientów

Tworzenie angażujących materiałów edukacyjnych

Struktura skutecznych treści marketingowych

Połączenie komunikacji z ofertą

Projektowanie materiałów o wysokiej wartości przy optymalnym wykorzystaniu zasobów

Moduł 5. Systemowy follow-up i zarządzanie relacją (teoria1h, praktyka 2h)

Znaczenie systemowego kontaktu z klientem

Budowa i rozwój bazy kontaktów (online i offline)

Narzędzia do zarządzania relacją z klientem

Automatyzacja procesów marketingowych

Optymalizacja procesów komunikacyjnych w celu ograniczenia strat czasu i zasobów

Moduł 6. Zielone kompetencje w marketingu (teoria1h, praktyka 1h)

Efektywne zarządzanie działaniami marketingowymi i zasobami

Ograniczanie nieefektywnych działań i nadmiernych kosztów marketingowych

Planowanie działań w oparciu o dane i realne wyniki

Zrównoważone podejście do komunikacji i budowania relacji z klientem

Moduł 7. Warsztat praktyczny (praktyka 6h)

Uczestnik opracowuje:

koncepcję komunikatu marketingowego

strukturę materiału edukacyjnego (lead magnet)

elementy systemu pozyskiwania klientów

propozycję optymalizacji działań marketingowych

Walidacja (30min)

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest na podstawie testu wiedzy oraz oceny zadań praktycznych realizowanych podczas szkolenia. Test wiedzy umożliwia weryfikację znajomości zagadnień związanych z projektowaniem oferty, analizą rentowności, strategiami zwiększania zysku oraz zasadami optymalizacji kosztów i zrównoważonego zarządzania zasobami.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

Usługa prowadzona jest w formie wykładu, zajęć praktycznych oraz dyskusji otwartej z uczestnikami szkolenia.

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

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

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 10

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Moduł 1. Marketing edukacyjny jako narzędzie selekcji	Krzysztof Szewczak	08-05-2026	08:30	10:00	01:30
2 z 10 Moduł 2. Podejście oparte na mierzalnych rezultatach	Krzysztof Szewczak	08-05-2026	10:00	12:15	02:15
3 z 10 przerwa	Krzysztof Szewczak	08-05-2026	12:15	12:45	00:30
4 z 10 Moduł 3. Anatomia skutecznego przekazu marketingowego	Krzysztof Szewczak	08-05-2026	12:45	15:00	02:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 10 Moduł 4. Projektowanie materiałów edukacyjnych (Lead Magnet)	Krzysztof Szewczak	08-05-2026	15:00	17:15	02:15
6 z 10 Moduł 5. Systemowy follow-up i zarządzanie relacją	Krzysztof Szewczak	15-05-2026	08:30	10:45	02:15
7 z 10 Moduł 6. Zielone kompetencje w marketingu	Krzysztof Szewczak	15-05-2026	10:45	12:15	01:30
8 z 10 przerwa	Krzysztof Szewczak	15-05-2026	12:15	12:45	00:30
9 z 10 Moduł 7. Warsztat praktyczny	Krzysztof Szewczak	15-05-2026	12:45	17:15	04:30
10 z 10 walidacja	-	15-05-2026	17:15	17:45	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 500,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	270,83 PLN
Koszt osobogodziny netto	270,83 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Szewczak

przedsiębiorca, inwestor oraz trener i konsultant. Pasjonat metod rozwijania biznesu i zwiększania ich efektywności. Naprawia i poprawia rentowność oraz płynność finansową firm.

W biznesie od 2009 roku, kiedy to założył swój pierwszy biznes. Od podstaw budował firmy usługowe, prowadził je, sprzedawał, dołączał do innych jako udziałowiec. Konsultował i szkolił w przedsiębiorstwach o przeróżnych profilach działalności, od mikro po największe w Polsce korporacje.

Wśród jego klientów znajdują się m.in. takie firmy, jak LPP, Szachownica, Homla, Generali, Aviva, Exorigo Upos, TÜV Rheinland Polska.

W swojej karierze zawodowej pracował m.in. w działach personalnych polskich firm o zasięgu międzynarodowym. Przez ostatnie kilkanaście lat miał okazję tworzyć lub rozwijać firmy z branż edukacyjnej, księgowej, IT, czy budowlanej. Ponadto szkolił lub konsultował na rzecz firm m.in. z branż: odzieżowej, ubezpieczeniowej, certyfikacji systemów jakości, outsourcingu czy serwisu IT, biur rachunkowych, bankowej, marketingu, gastronomii, czy nieruchomości.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione dla uczestników 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 przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub 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

al. Aleja Marszałka Józefa Piłsudskiego 77A

10-449 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967

