



Unico Biznes: Strategia marketingowo-sprzedażowa w gastronomii – szkolenie wdrażania nowych usług cateringowo-eventowych

Numer usługi 2026/03/27/160223/3442725

6 150,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
227,78 PLN brutto/h
185,19 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

425 ocen

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🕒 27:00 h
- 📅 04.05.2026 do 10.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli firm gastronomicznych, cateringowych i eventowych, kadry zarządzającej oraz osób odpowiedzialnych za marketing i sprzedaż w organizacjach usługowych. Obejmuje osoby podejmujące decyzje biznesowe, które planują rozwój oferty, wdrażanie nowych usług lub optymalizację działań sprzedażowych. Uczestnikami mogą być zarówno przedsiębiorcy, jak i specjaliści rozwijający kompetencje w zakresie strategii marketingowo-sprzedażowej i zarządzania ofertą usługową.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	03-05-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	27
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

Usługa szkoleniowa przygotowuje uczestników do samodzielnego planowania i wdrażania nowych usług w branży gastronomicznej, w tym tworzenia oferty, projektowania procesu sprzedaży oraz działań marketingowych. Szkolenie

proceeds to the effective use of market analysis tools, communication and measurement of the effectiveness of sales and marketing actions.

Effects of learning and criteria for verification of their achievement and validation methods

Effects of learning	Verification criteria	Validation method
Analyzes the market potential of a new gastronomic service.	– identifies market needs and adapts services to target groups	Structured interview
	– compares offers with competitors' actions	Observation in real conditions
	– indicates key factors influencing purchase decisions of customers	Observation in real conditions
Designs the structure of the service offer and pricing model.	– develops service packages and price levels	Analysis of evidence and declarations Free interview
	– selects B2B and B2C sales model according to service characteristics	Analysis of evidence and declarations Free interview
	– justifies the offer structure choice in the context of target groups	Structured interview
Plans marketing actions for a gastronomic service.	– selects marketing communication channels for target groups	Analysis of evidence and declarations Free interview
	– creates a marketing actions calendar	Analysis of evidence and declarations Free interview
	– determines promotional action priorities	Analysis of evidence and declarations Free interview
		Free interview
Designs the sales and service process.	– defines service process stages	Structured interview
	– identifies decision makers and their needs	Structured interview
	– determines effectiveness indicators of sales actions (KPI)	Structured interview

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: Analiza rynku i decyzje strategiczne

Moduł 1 – Analiza rynku i konkurencji (teoria)

- analiza oferty usługowej i jej dopasowania do potrzeb rynku
- identyfikacja trendów w branży gastronomicznej i eventowej
- analiza konkurencji i benchmarking usług
- identyfikacja przewag konkurencyjnych

Moduł 2 – Grupy docelowe i potrzeby klientów (teoria)

- identyfikacja grup docelowych B2B i B2C
- tworzenie person decyzyjnych
- analiza potrzeb klientów
- dopasowanie komunikacji do segmentów

Moduł 3 – Wnioski strategiczne (praktyka)

- interpretacja wyników analizy
- identyfikacja szans i zagrożeń
- określenie kierunków rozwoju usługi
- formułowanie założeń strategicznych

Dzień 2: Budowanie oferty i sprzedaży

Moduł 4 – Struktura oferty usługowej (teoria)

- projektowanie pakietów usług
- tworzenie wariantów oferty
- budowanie poziomów cenowych
- zasady konstruowania wartości oferty

Moduł 5 – Modele sprzedaży i proces sprzedaży (teoria)

- modele sprzedaży B2B i B2C
- etapy procesu sprzedaży usług

- projektowanie ścieżki klienta
- identyfikacja punktów styku

Moduł 6 – Projektowanie oferty i procesu (praktyka)

- opracowanie własnej oferty usługowej
- dopasowanie modelu sprzedaży
- stworzenie procesu sprzedaży
- przygotowanie schematu działania

Dzień 3: Marketing i wdrożenie

Moduł 7 – Kanały marketingowe i komunikacja (teoria)

- analiza kanałów komunikacji marketingowej
- dobór narzędzi promocji
- dopasowanie kanałów do grup docelowych
- określanie priorytetów działań

Moduł 8 – Plan marketingowy (praktyka)

- tworzenie harmonogramu działań marketingowych
- planowanie kampanii
- przypisanie odpowiedzialności
- przygotowanie planu działań

Moduł 9 – Obsługa klienta i KPI (praktyka)

- podstawy obsługi klienta i procesu leadowego
- zarządzanie relacją z klientem
- definiowanie wskaźników efektywności (KPI)
- przygotowanie planu wdrożenia

Walidacja efektów uczenia się

- Wywiad ustrukturyzowany,
- Analiza dowodów i deklaracji,
- Wywiad swobodny

Opis procesu walidacji efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu realizacji wszystkich modułów dydaktycznych szkolenia, w ostatnim dniu usługi, zgodnie z harmonogramem. Walidacja realizowana jest w formule zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy Zoom, po zakończeniu części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Proces walidacji obejmuje weryfikację osiągnięcia efektów uczenia się określonych w Karcie Usługi, odnoszących się do analizy potencjału rynkowego usług gastronomicznych, projektowania oferty i modelu sprzedaży, planowania działań marketingowych oraz projektowania procesu sprzedaży i obsługi klienta wraz z określeniem wskaźników efektywności.

Walidacja realizowana jest w odniesieniu do zdefiniowanych efektów uczenia się oraz przypisanych do nich kryteriów weryfikacji, przy zastosowaniu następujących metod walidacji:

- wywiad ustrukturyzowany, służący weryfikacji wiedzy teoretycznej uczestnika w zakresie analizy rynku, projektowania procesu sprzedaży oraz definiowania wskaźników efektywności,
- obserwacja w warunkach rzeczywistych, polegająca na ocenie sposobu analizy rynku, porównania oferty z konkurencją oraz identyfikacji czynników wpływających na decyzje zakupowe,
- analiza dowodów i deklaracji, polegająca na ocenie przygotowanych przez uczestnika materiałów, takich jak oferta usługowa, model sprzedaży oraz plan działań marketingowych,
- wywiad swobodny, polegający na rozmowie weryfikacyjnej, podczas której uczestnik uzasadnia przyjęte rozwiązania biznesowe i marketingowe.

Warunkiem przystąpienia do walidacji jest spełnienie wymogów formalnych udziału w szkoleniu, w szczególności uzyskanie 100% frekwencji oraz zaangażowanie Uczestnika w realizację części teoretycznej i praktycznej szkolenia.

Pozytywny wynik walidacji potwierdzany jest zaświadczeniem ukończenia szkolenia, zawierającym informację o uzyskaniu kompetencji oraz potwierdzenie przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się w oparciu o zdefiniowane kryteria weryfikacji.

- Szkolenie prowadzone jest w grupach od 2 osób.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 27 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Zajęcia praktyczne: 11 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 16 godzin dydaktycznych
- Przerwy są zaplanowane pomiędzy modułami usługi rozwojowej i wliczają się do łącznego czasu jej trwania.
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: eksport raportu logowań aplikacji Zoom.
- Usługa odbywa się zdalnie w czasie rzeczywistym zgodnie ze Standardem Usług Zdalnego Ucznienia się (SUZ).

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Dzień 1. Moduł 1. Analiza rynku i konkurencji (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	04-05-2026	10:00	12:00	02:00
2 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	04-05-2026	12:00	12:15	00:15
3 z 16 Dzień 1. Moduł 2. Grupy docelowe i potrzeby klientów (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	04-05-2026	12:15	13:45	01:30
4 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	04-05-2026	13:45	14:15	00:30
5 z 16 Dzień 1. Moduł 3. Wnioski strategiczne (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	04-05-2026	14:15	16:45	02:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 16 Dzień 2. Moduł 4. Struktura oferty usługowej (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	05-05-2026	10:00	12:00	02:00
7 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	05-05-2026	12:00	12:15	00:15
8 z 16 Dzień 2. Moduł 5. Modele sprzedaży i proces sprzedaży (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	05-05-2026	12:15	13:45	01:30
9 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	05-05-2026	13:45	14:15	00:30
10 z 16 Dzień 2. Moduł 6. Projektowanie oferty i procesu (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	05-05-2026	14:15	16:45	02:30
11 z 16 Dzień 3. Moduł 7. Kanały marketingowe i komunikacja (teoria) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	06-05-2026	10:00	12:00	02:00
12 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	06-05-2026	12:00	12:15	00:15
13 z 16 Dzień 3. Moduł 8. Plan marketingowy (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	06-05-2026	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 16 Przerwa	Ewa Oldenburg	06-05-2026	13:45	14:15	00:30
15 z 16 Dzień 3. Moduł 9. Obsługa klienta i KPI (praktyka) Rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Ewa Oldenburg	06-05-2026	14:15	16:00	01:45
16 z 16 Walidacja efektów uczenia się	-	06-05-2026	16:00	16:45	00:45

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	6 150,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	227,78 PLN
Koszt osobogodziny netto	185,19 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Ewa Oldenburg

Specjalizacja: Ekspertka w zakresie marketingu strategicznego, digital marketingu oraz zarządzania projektami i zespołami. Specjalizuje się w tworzeniu strategii B2B i B2C, optymalizacji procesów biznesowych oraz prowadzeniu wielokanałowych kampanii online (SEO, SEM, social media, content marketing).

Wykształcenie:

- Magister Stosunków Międzynarodowych – Wyższa Szkoła Nauk Humanistycznych i

Dziennikarstwa w Poznaniu (studia ukończone w 2004 r.).

Doświadczenie zawodowe (potencjał kadrowy ostatnich 5 lat): Posiada ponad 20-letnie doświadczenie w biznesie i marketingu. Jej ostatnia aktywność zawodowa, spełniająca wymogi potencjału kadrowego BUR, obejmuje:

- Digital Marketing Project Manager w Wavy Apps (od maja 2025 r.): Zarządzanie projektami i kampaniami online w branży farmaceutycznej oraz optymalizacja działań marketingowych.
- Head of Marketing w GS1 Polska (10.2024–05.2025 r.): Zarządzanie zespołem marketingu i sprzedaży oraz tworzenie strategii komunikacji.
- Digital Marketing Manager w Qarson Polska (07.2022–10.2024 r.): Odpowiedzialność za social media i lead generation na rynku polskim i francuskim.
- Marketing Director w Ela-compil sp. z o.o. (03.2018–07.2022 r.): Zarządzanie marketingiem B2B i strategią PR.

Kwalifikacje i certyfikaty:

- DIMAQ Professional (Digital Marketing, 2022 r.).
- ASANA Certificate (zarządzanie projektami, 2021 r.).
- Certyfikat Mediatora (2018 r.).
- PRINCE2® Foundation oraz Mindfulness-Based Stress Reduction (MBSR).

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej i/lub elektronicznej, zawierających omówienie realizowanych modułów, najważniejsze zagadnienia merytoryczne oraz treści pomocnicze wspierające proces uczenia się i praktyczne wykorzystanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie: Zwolnienie z podatku 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.

Warunki techniczne

Warunki techniczne

Platforma / rodzaj komunikatora, za pośrednictwem którego prowadzona będzie usługa

- Platforma Zoom (<https://zoom.us/>)

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

- Komputer, laptop lub tablet z dostępem do internetu.
- Procesor: Minimalnie jednordzeniowy 1 GHz, zalecany dwurdzeniowy 2 GHz lub lepszy (np. Intel i3/i5/i7 lub AMD ekwiwalent).
- Pamięć RAM: Minimalnie 2 GB, zalecane 4 GB lub więcej.

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować uczestnik

- Minimalna prędkość łącza: 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p.

Niezbędne oprogramowanie umożliwiające uczestnikom dostęp do prezentowanych treści i materiałów

- System operacyjny: Windows 7 lub nowszy, macOS 10.10 lub nowszy, Linux, iOS, Android.
- Zainstalowana aktualna wersja jednej z przeglądarek: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge lub Opera.
- Nie ma potrzeby instalowania specjalnego oprogramowania, ale dostęp do aplikacji Zoom może poprawić jakość połączenia.

Okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu online

- Link jest ważny do momentu zakończenia spotkania lub webinaru.

Zalecane parametry łącza internetowego

- Łącze internetowe o minimalnej przepustowości 600 kb/s dla wideo wysokiej jakości, zalecane minimum 1,2 Mb/s dla wideo 720p i 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Dla grupowych połączeń wideo zalecane 1,0 Mb/s dla wideo wysokiej jakości i do 3,8 Mb/s dla wideo 1080p. Udostępnianie ekranu bez miniaturki wideo wymaga 50–75 kb/s, z miniaturką 50–150 kb/s. Audio VoIP: 60–80 kb/s, Zoom Phone: 60–100 kb/s.

Kontakt



RAFAŁ LISSER

E-mail kontakt@unico.org.pl

Telefon (+48) 724 787 771