



## Strategiczne pozycjonowanie i definiowanie klienta priorytetowego w branży reklamowej - szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/04/02/156609/3460004

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

250,00 PLN brutto/h

250,00 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

IT ENGINEERING &  
CONSULTING  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚĆ  
CIĄ

📍 Olsztyn / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 18.05.2026 do 19.05.2026

★★★★★ 4,9 / 5

1 399 ocen

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób działających w branży usług reklamowych i marketingowych, które chcą świadomie budować swoją pozycję rynkową oraz skuteczniej docierać do wybranych grup klientów.

Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:

właściciele agencji reklamowych i marketingowych

specjaliści ds. marketingu, komunikacji i strategii

freelancerzy (copywriterzy, graficy, specjaliści social media, twórcy treści)

osoby odpowiedzialne za rozwój oferty usług reklamowych i pozyskiwanie klientów

osoby rozpoczynające działalność w branży reklamowej

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą uporządkować swoją strategię działania, lepiej zrozumieć potrzeby klientów oraz zbudować wyraźną i konkurencyjną pozycję na rynku usług reklamowych.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

1

### Data zakończenia rekrutacji

17-05-2026

### Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do strategicznego pozycjonowania usług reklamowych oraz świadomego definiowania klienta priorytetowego, z uwzględnieniem segmentacji rynku, oceny atrakcyjności segmentów oraz budowania spójnej propozycji wartości.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu pozycjonowanie usług reklamowych i definiowanie klienta priorytetowego	opisuje znaczenie pozycjonowania usług w budowaniu przewagi rynkowej	Test teoretyczny
	omawia zasady segmentacji rynku usług reklamowych	Test teoretyczny
	charakteryzuje kryteria wyboru grupy docelowej (potencjał, rentowność, dostępność, konkurencja)	Test teoretyczny
	omawia metody oceny atrakcyjności segmentów rynku	Test teoretyczny
	definiuje profil klienta priorytetowego	Test teoretyczny
	opisuje zasady budowania propozycji wartości	Test teoretyczny
	omawia pojęcie przewagi konkurencyjnej w usługach reklamowych	Test teoretyczny
	charakteryzuje elementy skutecznej komunikacji marki	Test teoretyczny
	omawia zasady tworzenia spójnej narracji marketingowej	Test teoretyczny
opisuje znaczenie integracji kompetencji specjalistycznych w komunikacji marki	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
wykorzystuje metody analizy rynku oraz identyfikacji potrzeb klientów w obszarze usług reklamowych	wykorzystuje zasady segmentacji do analizy własnego rynku	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	analizuje atrakcyjność poszczególnych segmentów klientów	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	definiuje grupę docelową oraz klienta priorytetowego	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	opracowuje profil klienta strategicznego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje kierunek pozycjonowania usług	Obserwacja w warunkach symulowanych
	definiuje grupy docelowe i segmenty klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy propozycję wartości dopasowaną do odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
	definiuje przewagę konkurencyjną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	konstruuje główne komunikaty marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje wiedzę do budowania spójnej narracji marketingowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	integruje różne kompetencje specjalistyczne w jednolity przekaz rynkowy	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	buduje profesjonalne podejście do pozycjonowania usług	Obserwacja w warunkach symulowanych
	podejmuje bardziej świadome decyzje dotyczące grupy docelowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozumie znaczenie dopasowania komunikacji do klienta priorytetowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje postawę strategiczną i analityczną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do optymalizacji działań marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje świadomość znaczenia strategii rynkowej w rozwoju działalności	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 „Strategiczne pozycjonowanie i definiowanie klienta priorytetowego w branży usług reklamowych” to specjalistyczna usługa rozwojowa skierowana do osób działających w sektorze usług reklamowych i marketingowych, które chcą świadomie kształtować swoją pozycję rynkową oraz zwiększać skuteczność działań biznesowych i komunikacyjnych.

Program szkolenia koncentruje się na zagadnieniach związanych z segmentacją rynku, analizą atrakcyjności poszczególnych grup odbiorców oraz wyborem klienta priorytetowego w branży reklamowej. Uczestnik poznaje kryteria oceny segmentów rynku, uczy się definiować profil klienta strategicznego (B2B i B2C) oraz identyfikować jego potrzeby, motywacje i bariery decyzyjne w kontekście usług reklamowych.

Istotnym elementem szkolenia jest projektowanie pozycjonowania marki – zarówno agencji reklamowej, jak i marki osobistej specjalisty. Uczestnik opracowuje propozycję wartości, definiuje przewagę konkurencyjną oraz buduje główne komunikaty marketingowe dopasowane do wybranej grupy docelowej.

Szkolenie uwzględni specyfikę branży reklamowej, w tym dynamiczne zmiany rynkowe, dużą konkurencję oraz konieczność wyróżnienia się poprzez specjalizację, jakość usług i spójną komunikację. Omawiane są również zagadnienia związane z łączeniem różnych kompetencji marketingowych (np. social media, reklama, branding, content) w jedną spójną ofertę usługową.

Usługa ma charakter warsztatowy – uczestnik pracuje na przykładach, analizach case study oraz własnym modelu biznesowym, co umożliwia bezpośrednie przełożenie zdobytej wiedzy na praktykę zawodową.

Teoria: 9h

Praktyka: 9h

## **Moduł 1. Segmentacja rynku usług reklamowych (teoria 2h, praktyka 1h)**

Znaczenie segmentacji w budowaniu strategii

Typy segmentacji (demograficzna, behawioralna, branżowa, potrzeb)

Specyfika rynku usług reklamowych (B2B i B2C)

Najczęstsze błędy w definiowaniu klientów

Ćwiczenie: wstępna segmentacja rynku uczestnika

## **Moduł 2. Kryteria wyboru grupy docelowej (teoria 1h, praktyka 1h)**

Potencjał rynkowy segmentu

Rentowność i opłacalność klientów

Dostępność klientów i kanały dotarcia

Poziom konkurencji

Ryzyka strategiczne

Ćwiczenie: ocena segmentów

## **Moduł 3. Ocena atrakcyjności segmentów (teoria 1h, praktyka 1h)**

Analiza porównawcza segmentów

Segment strategiczny vs segment uzupełniający

Priorytetyzacja klientów

Wybór segmentu docelowego

## **Moduł 4. Definiowanie klienta priorytetowego (teoria 1h, praktyka 1h)**

Profil klienta idealnego (B2B / B2C)

Potrzeby marketingowe klientów

Motywacje i bariery współpracy

Proces decyzyjny klienta

Ćwiczenie: stworzenie profilu klienta

## **Moduł 5. Projektowanie pozycjonowania usług reklamowych (teoria 1h, praktyka 1h)**

Pozycjonowanie agencji vs specjalisty

Strategie wyróżnienia na rynku

Specjalizacja jako przewaga

Najczęstsze błędy pozycjonowania

## **Moduł 6. Opracowanie propozycji wartości (teoria 1h, praktyka 1h)**

Value Proposition w usługach reklamowych

Korzyści vs cechy usług

Komunikacja wartości

Ćwiczenie: projekt propozycji wartości

## **Moduł 7. Definiowanie przewagi konkurencyjnej (teoria 1h, praktyka 1h)**

Rodzaje przewag (strategiczna, jakościowa, specjalistyczna)

Budowanie unikalności usług

Dopasowanie przewagi do klienta docelowego

## **Moduł 8. Konstrukcja komunikatów marki (praktyka 1h)**

Główne komunikaty marketingowe

Język komunikacji usług reklamowych

Spójność narracji

Tworzenie przekazu sprzedażowego

## **Moduł 9. Integracja kompetencji marketingowych (praktyka 1h)**

Łączenie usług (np. social media, reklama, branding, content)

Budowanie spójnej oferty usługowej

Unikanie chaosu komunikacyjnego

Strategia kompleksowej obsługi klienta

Ćwiczenie: narracja marki uczestnika

## **Walidacja (30 min)**

Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się w trakcie zajęć poprzez obserwację w warunkach symulowanych prowadzoną przez walidatora usługi.

Ostateczne potwierdzenie kompetencji następuje po zakończeniu szkolenia poprzez test wiedzy, uwzględniający zarówno część praktyczną, jak i teoretyczną.

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).

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

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

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

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 12</b> Moduł 1. Segmentacja rynku usług reklamowych	Joanna Rudziewicz	18-05-2026	08:00	10:15	02:15
<b>2 z 12</b> Moduł 2. Kryteria wyboru grupy docelowej	Joanna Rudziewicz	18-05-2026	10:15	11:45	01:30
<b>3 z 12</b> Moduł 3. Ocena atrakcyjności segmentów	Joanna Rudziewicz	18-05-2026	11:45	13:15	01:30
<b>4 z 12</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	18-05-2026	13:15	13:45	00:30
<b>5 z 12</b> Moduł 4. Definiowanie klienta priorytetowego	Joanna Rudziewicz	18-05-2026	13:45	15:15	01:30
<b>6 z 12</b> Moduł 5. Projektowanie pozycjonowania usług reklamowych	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	08:00	09:30	01:30
<b>7 z 12</b> Moduł 6. Opracowanie propozycji wartości	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	09:30	11:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>8 z 12</b> Moduł 7. Definiowanie przewagi konkurencyjnej	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	11:00	12:30	01:30
<b>9 z 12</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	12:30	13:00	00:30
<b>10 z 12</b> Moduł 8. Konstrukcja komunikatów marki	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	13:00	13:45	00:45
<b>11 z 12</b> Moduł 9. Integracja kompetencji marketingowych	Joanna Rudziewicz	19-05-2026	13:45	15:15	01:30
<b>12 z 12</b> walidacja	-	19-05-2026	15:15	15:45	00:30

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	5 000,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	250,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	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

agencji, 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 lejki sprzedaży, 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).

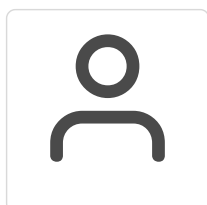
## Adres

ul. Seweryna Pieniężnego 18B/205

10-006 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

## Kontakt



**Marta Skraba**

**E-mail** szkolenia@it-ec.pl

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