



## Budowa zintegrowanego lejka marketingowo-sprzedażowego w Branży Reklamowej - szkolenie indywidualne

Numer usługi 2026/04/02/156609/3460013

5 000,00 PLN brutto  
 5 000,00 PLN netto  
 250,00 PLN brutto/h  
 250,00 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

🕒 20:00 h

📅 25.05.2026 do 26.05.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób działających w branży usług reklamowych i marketingowych, które chcą uporządkować oraz usprawnić proces pozyskiwania klientów poprzez budowę zintegrowanego lejka marketingowo-sprzedażowego.

Uczestnikami szkolenia mogą być w szczególności:

właściciele agencji reklamowych, marketingowych i kreatywnych

specjaliści ds. marketingu, sprzedaży i komunikacji

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

osoby odpowiedzialne za pozyskiwanie klientów i rozwój sprzedaży usług reklamowych

osoby rozwijające własne marki osobiste w branży marketingowej

Szkolenie dedykowane jest osobom, które chcą zwiększyć skuteczność działań marketingowych i sprzedażowych, lepiej zarządzać procesem pozyskiwania klientów oraz budować spójny system działań prowadzących od pierwszego kontaktu do finalizacji współpracy.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

1

### Data zakończenia rekrutacji

24-05-2026

<b>Forma prowadzenia usługi</b>	stacjonarna
<b>Liczba godzin usługi</b>	20
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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 strategii marketingowej oraz budowy lejka pozyskiwania klientów, spójnych z celami biznesowymi oraz specyfiką rynku usług reklamowych.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu budowania lejka marketingowo-sprzedażowego	opisuje strukturę strategii marketingowej w usługach reklamowych	Test teoretyczny
	omawia zależności między celami biznesowymi a marketingowymi	Test teoretyczny
	charakteryzuje proces podejmowania decyzji przez klienta/pacjenta	Test teoretyczny
	omawia etapy ścieżki decyzji klienta (Customer Journey)	Test teoretyczny
	definiuje punkty styku klienta z marką	Test teoretyczny
	opisuje rolę doświadczenia klienta w procesie pozyskiwania i konwersji	Test teoretyczny
	omawia strukturę lejka marketingowego	Test teoretyczny
	omawia rolę strony internetowej w procesie konwersji	Test teoretyczny
	charakteryzuje funkcję mediów społecznościowych w procesie akwizycji	Test teoretyczny
opisuje mechanizmy budowania zaufania w marketingu usług reklamowych	Test teoretyczny	

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
buduje lejek marketingowo-sprzedażowy	wykorzystuje zasady budowy strategii marketingowej w analizie własnej działalności	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	planuje cele marketingowe spójne z celami biznesowymi	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	analizuje ścieżkę decyzji klienta	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	identyfikuje punkty styku klienta z marką	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje mapę Customer Journey	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje strukturę lejka marketingowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje komunikację na poszczególnych etapach lejka	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje media społecznościowe jako element systemu pozyskiwania klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje funkcję strony internetowej w procesie konwersji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera działania marketingowe zwiększające skuteczność pozyskiwania klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
buduje relacje wewnętrzne i zewnętrzne	podejmuje bardziej świadome decyzje dotyczące działań promocyjnych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje postawę strategiczną i analityczną	Obserwacja w warunkach symulowanych
	buduje profesjonalne podejście do planowania marketingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	krytycznie analizuje własne działania marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do optymalizacji procesów pozyskiwania klientów	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 „Budowa zintegrowanego lejka marketingowo-sprzedażowego w branży reklamowej” to specjalistyczna usługa rozwojowa skoncentrowana na strategicznym i procesowym podejściu do marketingu usług reklamowych.

Program szkolenia obejmuje zagadnienia związane z budową spójnego systemu pozyskiwania klientów, który łączy działania marketingowe i sprzedażowe w jeden zintegrowany proces. Uczestnik poznaje zasady tworzenia strategii marketingowej dopasowanej do branży reklamowej, powiązania działań promocyjnych z celami biznesowymi oraz analizuje sposób podejmowania decyzji przez klientów (zarówno B2B, jak i B2C).

Istotnym elementem szkolenia jest analiza ścieżki klienta (Customer Journey) oraz identyfikacja kluczowych punktów styku odbiorcy z marką. Uczestnik uczy się projektować doświadczenie klienta oraz budować komunikację dopasowaną do poszczególnych etapów procesu zakupowego.

Druga część szkolenia koncentruje się na projektowaniu lejka marketingowo-sprzedażowego dla usług reklamowych – od budowania świadomości, przez generowanie zainteresowania, aż po konwersję i utrzymanie klienta. Omawiana jest rola mediów społecznościowych jako narzędzia przyciągania uwagi oraz strony internetowej jako kluczowego elementu wspierającego decyzję zakupową.

Szkolenie ma charakter warsztatowy – uczestnik pracuje na analizach, przykładach rynkowych oraz własnym modelu biznesowym, co umożliwi praktyczne zaprojektowanie skutecznego systemu pozyskiwania klientów.

**Teoria: 8h**

**praktyka: 10h, 15min**

## Moduł 1. Architektura strategii marketingowej w usługach reklamowych (teoria 1h, praktyka 1h)

Struktura nowoczesnej strategii marketingowej

Specyfika strategii w branży reklamowej

Najczęstsze błędy planowania działań

Marketing jako system działań

Ćwiczenie: analiza działań uczestnika

## **Moduł 2. Cele biznesowe vs marketingowe (teoria 1h, praktyka 1h)**

Powiązanie marketingu z wynikami finansowymi

Cele sprzedażowe, wizerunkowe i relacyjne

Definiowanie mierzalnych celów

Marketing jako narzędzie rozwoju firmy

## **Moduł 3. Ścieżka decyzji klienta w usługach reklamowych (teoria 1h, praktyka 1h)**

Proces podejmowania decyzji (B2B i B2C)

Etapy: świadomość → zainteresowanie → zaufanie → decyzja

Specyfika klienta usług reklamowych

Barier i momenty krytyczne

## **Moduł 4. Punkty styku klienta z marką (teoria 1h, praktyka 1h)**

Touchpointy online i offline

Rola pierwszego kontaktu

Spójność komunikacji i doświadczenia

Wpływ komunikacji na postrzeganie marki

## **Moduł 5. Customer Journey PRO (praktyka 1h)**

Analiza doświadczenia klienta

Identyfikacja luk i barier

Projektowanie ścieżki klienta

Ćwiczenie: mapa Customer Journey

## **Moduł 6. Projektowanie lejka marketingowo-sprzedażowego (teoria 2h, praktyka 1h)**

Struktura lejka w usługach reklamowych

Etapy pozyskiwania i konwersji klienta

Lejek jako system budowania relacji

Najczęstsze błędy konstrukcji lejka

## **Moduł 7. Social media jako kanał pozyskiwania klientów (teoria 1h, praktyka 1h)**

Rola social media w marketingu usług reklamowych

Budowanie widoczności i relacji

Typy treści na różnych etapach lejka

Strategie przyciągania klientów

## **Moduł 8. Strona internetowa jako narzędzie konwersji (teoria 1h, praktyka 1h)**

Funkcja strony w procesie sprzedaży usług

Elementy zwiększające konwersję

UX i decyzje zakupowe

## Moduł 9. Komunikacja w lejku marketingowym (praktyka 1h)

Dopasowanie komunikatów do etapu lejka

Język sprzedażowy vs ekspercki

Treści edukacyjne, ofertowe i wizerunkowe

Spójność komunikacji

## Moduł 10. Budowanie zaufania i zwiększanie konwersji (praktyka 1h 15 min)

Mechanizmy psychologiczne w sprzedaży usług

Budowanie autorytetu i wiarygodności

Dowody społeczne i case study

Redukcja obiekcji klienta

### Walidacja (15min)

Walidacja umiejętności praktycznych odbywa się w trakcie zajęć z zastosowaniem metody Obserwacja w warunkach symulowanych prowadzoną przez walidatora usługi, nie ingerując w część edukacyjną usługi rozwojowej. Proces ten pozwala na bieżącą ocenę kompetencji uczestników nabywanych podczas szkolenia. Ostateczne potwierdzenie zdobytych kompetencji następuje po części edukacyjnej, poprzez napisanie przez uczestnika testu wiedzy, w którym uwzględniane są wyniki zarówno obserwacji praktycznej, jak i testu teoretycznego.

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).

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

# Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 14</b> Moduł 1. Architektura strategii marketingowej w usługach reklamowych	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	08:00	09:30	01:30

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 14</b> Moduł 2. Cele biznesowe vs marketingowe	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	09:30	11:00	01:30
<b>3 z 14</b> Moduł 3. Ścieżka decyzji klienta w usługach reklamowych	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	11:00	12:30	01:30
<b>4 z 14</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	12:30	13:00	00:30
<b>5 z 14</b> Moduł 4. Punkty styku klienta z marką	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	13:00	14:30	01:30
<b>6 z 14</b> Moduł 5. Customer Journey PRO	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	14:30	15:15	00:45
<b>7 z 14</b> Moduł 6. Projektowanie lejka marketingowo-sprzedażowego	Joanna Rudziewicz	25-05-2026	15:15	16:00	00:45
<b>8 z 14</b> Moduł 6. Projektowanie lejka marketingowo-sprzedażowego	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	08:00	09:30	01:30
<b>9 z 14</b> Moduł 7. Social media jako kanał pozyskiwania klientów	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	09:30	11:00	01:30
<b>10 z 14</b> Moduł 8. Strona internetowa jako narzędzie konwersji	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	11:00	12:30	01:30
<b>11 z 14</b> przerwa	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	12:30	13:00	00:30
<b>12 z 14</b> Moduł 9. Komunikacja w lejku marketingowym	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	13:00	13:45	00:45

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>13 z 14</b> Moduł 10. Budowanie zaufania i zwiększanie konwersji	Joanna Rudziewicz	26-05-2026	13:45	14:45	01:00
<b>14 z 14</b> walidacja	-	26-05-2026	14:45	15:00	00:15

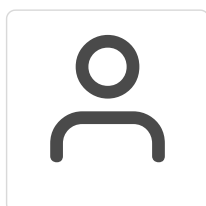
## Cennik

### 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 agencyjnej, 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 lejków sprzedażowych, 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