



PROFITONIC Maciej
Leonard

★★★★★ 4,8 / 5

735 ocen

Organizacja procesów związanych z widocznością firmy w internecie”

Numer usługi 2026/04/09/119739/3474793

📍 Warszawa

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 24:00 h

📅 18.05.2026 do 20.05.2026

5 700,00 PLN brutto

5 700,00 PLN netto

237,50 PLN brutto/h

237,50 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Przedsiębiorcy oraz pracownicy firm handlowych, w tym sprzedawcy, pracownicy punktów sprzedaży oraz osoby odpowiedzialne za realizację i porządkowanie działań związanych z widocznością firmy w internecie oraz jej obecnością w środowisku cyfrowym.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	9
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

Celem usługi jest przygotowanie uczestników do samodzielnego organizowania i porządkowania działań związanych z widocznością firmy w internecie. Uczestnicy zdobędą wiedzę na temat funkcjonowania wizytówki Google oraz zasad wykorzystywania płatnej reklamy online jako narzędzi wspierających obecność firmy w środowisku cyfrowym. Szkolenie rozwija również kompetencje osobiste niezbędne do świadomego, spójnego i odpowiedzialnego funkcjonowania firmy online.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza:</p> <ul style="list-style-type: none"> - wyjaśnia znaczenie obecności firmy w internecie, ze szczególnym uwzględnieniem wizytówki Google oraz reklamy online - opisuje elementy wizytówki Google wpływające na widoczność firmy i decyzje klientów lokalnych - rozróżnia działania organiczne i płatne oraz wskazuje sytuacje, w których reklama online jest uzasadniona - charakteryzuje podstawowe zasady działania systemów reklamowych Google Ads i Meta Ads - identyfikuje wyzwania związane z funkcjonowaniem firmy w środowisku online, w tym presję ocen i opinii 	<ul style="list-style-type: none"> - uczestnik poprawnie wyjaśnia rolę wizytówki Google w budowaniu widoczności firmy w internecie - uczestnik wskazuje elementy wizytówki Google wpływające na decyzje klientów lokalnych - uczestnik rozróżnia działania organiczne i płatne w marketingu online - uczestnik opisuje podstawowe zasady działania Google Ads i Meta Ads - uczestnik wskazuje cele reklamy online i ich zastosowanie w zależności od potrzeb firmy - uczestnik identyfikuje wyzwania związane z obecnością firmy w internecie, w tym presję opinii i ocen 	<p>Test teoretyczny</p>
<p>Umiejętności :</p> <ul style="list-style-type: none"> - edytuje i optymalizuje wizytówkę Google w celu zwiększenia widoczności firmy - dobiera kategorie działalności, opis, materiały wizualne oraz posty do celów biznesowych - pozyskuje opinie klientów oraz odpowiada na nie w sposób profesjonalny, także w sytuacjach trudnych - dobiera formę reklamy online do potrzeb firmy i określonego budżetu - ustawia podstawowe parametry reklamy online (cel, grupa odbiorców, budżet, czas trwania) - reaguje na krytykę i negatywne komentarze z zachowaniem zasad komunikacji i wizerunku firmy - planuje dalsze działania online w sposób spójny z wartościami i możliwościami firmy 	<ul style="list-style-type: none"> - uczestnik samodzielnie edytuje i optymalizuje wizytówkę Google (opis, kategorie, dane kontaktowe, godziny otwarcia) - uczestnik dobiera i dodaje materiały wizualne wspierające wizerunek firmy - uczestnik publikuje post lub aktualność w wizytówce Google z zastosowaniem CTA - uczestnik przygotowuje odpowiedzi na opinie klientów, w tym negatywne, z zachowaniem zasad komunikacji - uczestnik dobiera odpowiedni cel reklamy online do określonej sytuacji biznesowej - uczestnik ustawia podstawowe parametry reklamy (grupa odbiorców, budżet, czas trwania) w formie symulacji - uczestnik planuje dalsze działania online w sposób spójny i adekwatny do możliwości firmy 	<p>Test teoretyczny</p>

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Kompetencje społeczne:</p> <ul style="list-style-type: none"> - świadomie buduje wizerunek firmy w internecie - zachowuje profesjonalizm w komunikacji z klientami online - wykazuje odporność na presję ocen i porównywania się z konkurencją - podejmuje odpowiedzialne decyzje dotyczące widoczności i reklamy firmy w internecie - dba o spójność działań online z tożsamością i wartościami firmy 	<ul style="list-style-type: none"> - uczestnik wykazuje świadomość wpływu komunikacji online na wizerunek firmy - uczestnik zachowuje profesjonalizm w kontaktach z klientami w środowisku internetowym - uczestnik reaguje na krytykę i trudne sytuacje w sposób opanowany i konstruktywny - uczestnik wykazuje odpowiedzialne podejście do decyzji dotyczących reklamy i widoczności firmy - uczestnik identyfikuje własne obawy związane z obecnością online i wskazuje sposoby radzenia sobie z nimi - uczestnik dba o spójność działań internetowych z wartościami i tożsamością firmy 	<p>Test teoretyczny</p>

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

Wizytówka Google jako element widoczności firmy

Cel dnia:

Uczestnik potrafi wykorzystywać wizytówkę Google jako narzędzie wpływające na widoczność firmy i decyzje klientów lokalnych.

Zakres tematyczny:

1. Znaczenie wizytówki Google w funkcjonowaniu firmy w internecie
2. Miejsca wyświetlania wizytówki i ich wpływ na decyzje klientów
3. Elementy wizytówki Google wpływające na widoczność:
 - nazwa, opis, kategorie działalności
 - obszar działania
 - dane kontaktowe i godziny otwarcia
4. Materiały wizualne w wizytówce:
 - logo, siedziba, zespół, produkt
5. Opinie klientów:
 - sposoby pozyskiwania opinii
 - znaczenie odpowiedzi na opinie
 - postępowanie w przypadku opinii negatywnych
6. Posty i aktualności w wizytówce Google:
 - rodzaje treści
 - częstotliwość publikacji
 - stosowanie wezwań do działania (CTA)
7. Wprowadzenie do reklamy Google:
 - rola Google Ads
 - porównanie Google Ads i Meta Ads
 - omówienie podstawowych elementów panelu reklamowego

Element praktyczny:

Edycja i optymalizacja wizytówki Google na żywo.

DZIEŃ 2

Płatna reklama online jako wsparcie widoczności firmy

Cel dnia:

Uczestnik rozumie zasady działania płatnej reklamy online i potrafi dobrać jej formę do potrzeb firmy.

Zakres tematyczny:

1. Reklama płatna a działania organiczne:
 - kiedy reklama jest potrzebna
 - kiedy reklama jest nieefektywna
2. Zasady działania systemu Meta Ads
3. Cele reklamy online:
 - kliknięcia
 - wiadomości
 - odwiedźiny profilu
 - reklama lokalna
4. Promowanie posta:
 - uruchamianie promocji
 - dobór celu
 - wybór grupy odbiorców
 - ustalanie budżetu i czasu trwania
5. Reklama w Menedżerze Reklam:
 - struktura kampanii
 - ustawienia grupy odbiorców

- weryfikacja działania reklamy
6. Rodzaje reklam i ich zastosowanie:
- reklama na profil
 - reklama na wiadomości
 - reklama na kliknięcia
 - reklama lokalna

Element praktyczny:

Symulacja ustawienia reklamy z określonym budżetem.

DZIEŃ 3

Kompetencje miękkie w funkcjonowaniu firmy online

Cel dnia:

Uczestnik wzmacnia kompetencje osobiste wspierające świadome i spójne funkcjonowanie firmy w środowisku internetowym.

Zakres tematyczny:

1. Widoczność firmy a komfort psychiczny:
 - obawy związane z obecnością w internecie
 - presja ocen i opinii
2. Autentyczność i spójność działań online:
 - zgodność działań internetowych z wartościami firmy
 - budowanie wiarygodności
3. Reagowanie na krytykę i trudne sytuacje:
 - negatywne opinie i komentarze
 - zachowanie profesjonalizmu
4. Zarządzanie stresem i przeciążeniem informacyjnym:
 - nadmiar bodźców
 - porównywanie się z konkurencją
5. Podsumowanie i plan dalszych działań:
 - wnioski indywidualne
 - określenie kolejnych kroków

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 700,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	237,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	237,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

.Szkolenie kończy się walidacją w formie post- test'u. Absolwent szkolenia otrzymuje po pozytywnie zdanym post-teście (min.70 % punktów) oraz stwierdzeniu obecności na minimum 80% zajęć - zaświadczenie ukończenia szkolenia zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

Adres

Warszawa

Warszawa

woj. mazowieckie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



MACIEJ LEONARD

E-mail maciejleonard@gmail.com

Telefon (+48) 514 970 108