



## Jak być widocznym w AI? (Chat GPT, Gemini, Claude) Tworzenie audytu GEO + wdrożenie

Numer usługi 2026/04/10/174481/3477746

1 476,00 PLN brutto  
1 200,00 PLN netto  
184,50 PLN brutto/h  
150,00 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

INVETTE HOLDING  
GROUP SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ SPÓŁKA  
KOMANDYTOWA

Brak ocen dla tego dostawcy

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Zajęcia grupowe
- 🕒 08:00 h
- 📅 22.06.2026 do 23.06.2026

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Specjaliści SEO, E-commerce Managerowie oraz właściciele marek, którzy chcą, aby ich produkty i usługi były rekomendowane przez chatboty AI (jak chat GPT, Gemini, Claude). Szkolenie skupia się na nowym paradygmacie widoczności w sieci. Zamiast walki o tradycyjne TOP 10 w Google, uczymy jak optymalizować treści, by stały się źródłem wiedzy dla dużych modeli językowych (LLM). Program obejmuje techniki zwiększania autorytetu marki w bazach treningowych AI oraz metody wpływania na rekomendacje asystentów głosowych i tekstowych.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

19-06-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Uczestnik zrozumie architekturę AI oraz dowie się, jak modele takie jak Gemini czy GPT przetwarzają informacje o markach. Nauczysz się optymalizować strukturę danych, zarządzać cytowaniami w AI oraz budować tzw. "brand authority", który sprawia, że modele AI uznają Twoją markę za najbardziej trafną odpowiedź na zapytanie użytkownika.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik definiuje pojęcie GEO (Generative Engine Optimization) oraz wyjaśnia różnice między tradycyjnym SEO a optymalizacją pod modele LLM. Zna mechanizmy RAG oraz czynniki wpływające na cytowania marki w asystentach AI.	Uczestnik poprawnie wymienia minimum 5 kluczowych wskaźników (metrics) wpływających na widoczność w silnikach generatywnych podczas testu teoretycznego.	Test teoretyczny
Uczestnik samodzielnie przeprowadza audyt widoczności marki w modelach Gemini, GPT-4 i Claude oraz wdraża optymalizację struktury danych pod kątem AI. Potrafi zaprojektować strategię pozyskiwania wzmianek w bazach wiedzy modeli.	Na podstawie otrzymanego case study uczestnik przygotowuje listę rekomendacji optymalizacyjnych, która w ocenie trenera pokrywa min. 80% zidentyfikowanych deficytów marki w kanałach AI.	Wywiad swobodny
Uczestnik wykazuje gotowość do ciągłej aktualizacji strategii marketingowej w dynamicznym środowisku AI oraz bierze odpowiedzialność za etyczne wykorzystanie technologii generatywnych w komunikacji marki.	Uczestnik przygotowuje plan monitoringu zmian w algorytmach LLM dla wybranej firmy na najbliższy kwartał.	Wywiad swobodny

### Cel biznesowy

Zapewnienie firmie obecności w nowym kanale pozyskiwania ruchu – odpowiedziach generatywnych. Celem jest skrócenie ścieżki zakupowej klienta poprzez uzyskanie bezpośredniej rekomendacji od asystentów AI, co przekłada się na wyższą konwersję i prestiż marki jako lidera opinii w swojej kategorii.

### Efekt usługi

Kompleksowa strategia widoczności marki w silnikach odpowiedzi AI (Generative Engine Optimization Strategy). Efektem będzie wypracowanie audytu stanu obecnego oraz spersonalizowanego planu działań optymalizacyjnych, obejmującego strukturę techniczną treści, strategię budowania autorytetu marki w bazach LLM oraz listę priorytetowych źródeł danych do nasycenia informacjami o ofercie Pracodawcy.

### Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Potwierdzeniem osiągnięcia efektu będzie przekazanie Pracodawcy **Raportu Końcowego (Strategia GEO)** w formie cyfrowej. Raport będzie zawierać:

- Diagnozę obecnej widoczności produktów/usług w zapytaniach generatywnych.
- Protokół z przeprowadzonych warsztatów/konsultacji.
- Szczegółowy harmonogram wdrażania zaleceń (roadmap) na kolejne 6 miesięcy.
- Listę kontrolną (checklist) dla copywriterów i specjalistów SEO, pozwalającą na samodzielne tworzenie treści zgodnych z nowym paradygmatem GEO.
- Wytyczne dotyczące monitorowania wyników (KPI dla GEO).

# 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: Fundamenty GEO i audyt widoczności w LLM

- **Wstęp do Generative Engine Optimization (GEO):** Definicja, ewolucja od tradycyjnego SEO oraz rola modeli językowych (LLM) w procesie zakupowym współczesnego klienta.
- **Architektura systemów AI:** Jak działają Gemini, ChatGPT i Claude w kontekście wyszukiwania informacji; zrozumienie mechanizmu RAG (Retrieval-Augmented Generation).
- **Audyt stanu obecnego:** Praktyczne metody sprawdzania widoczności marki w odpowiedziach generatywnych; identyfikacja luk w komunikacji produktowej.
- **Strategie Brand Authority:** Metody budowania autorytetu marki w bazach wiedzy AI oraz wpływ cytowań na wiarygodność rekomendacji asystentów.

### Dzień 2: Optymalizacja techniczna i analityka GEO

- **Optymalizacja treści pod AI:** Jak strukturyzować dane i tworzyć content, aby był łatwo "przyswajalny" przez modele LLM; rola danych strukturalnych.
- **Zarządzanie źródłami danych:** Dobór platform i kanałów zewnętrznych wpływających na wzmocnienie pozycji marki w ekosystemie AI.
- **Analityka i KPI w świecie GEO:** Jak mierzyć sukces optymalizacji w dobie braku tradycyjnych pozycji w Google; narzędzia wspomagające monitoring widoczności w AI.
- **Warsztat strategiczny:** Przygotowanie indywidualnego audytu oraz roadmapy działań GEO dla własnego biznesu lub klienta; omówienie ryzyk i etyki wykorzystania AI w pozycjonowaniu.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 7

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 7</b> Fundamenty GEO i audyt widoczności w LLM	Zajęcia	MARTYNA DRZEWIECKA -PIKOŃ	22-06-2026	09:00	10:45	01:45
<b>2 z 7</b> -	Przerwa	-	22-06-2026	10:45	11:00	00:15
<b>3 z 7</b> Strategie Brand Authority i zaufania AI	Zajęcia	MARTYNA DRZEWIECKA -PIKOŃ	22-06-2026	11:00	12:45	01:45
<b>4 z 7</b> Optymalizacja treści pod RAG i AI	Zajęcia	MARTYNA DRZEWIECKA -PIKOŃ	23-06-2026	09:00	10:45	01:45
<b>5 z 7</b> -	Przerwa	-	23-06-2026	10:45	11:00	00:15
<b>6 z 7</b> Analityka GEO i roadmapa wdrożenia	Zajęcia	MARTYNA DRZEWIECKA -PIKOŃ	23-06-2026	11:00	12:45	01:45
<b>7 z 7</b> -	Walidacja	-	23-06-2026	12:45	13:15	00:30

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	08:00
w tym suma godzin zajęć	07:00
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	00:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	10:00

## Cennik

**Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70%, możesz mieć możliwość skorzystania ze zwolnienia z podatku VAT, pod warunkiem spełnienia pozostałych wymogów, o których mowa w § 3 ust. 1 pkt 14**

## Cennik

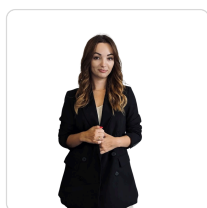
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 476,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	184,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	08:00

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### MARTYNA DRZEWIECKA-PIKOŃ

Związana z Invette Holding Group od 2018 roku, gdzie do dziś pełni rolę Head of SEO oraz Wiceprezesa Zarządu.

Na co dzień szkoli i edukuje z zakresu SEO, UX i AI i marketingu internetowego poprzez swój podcast Mówię o SEO i e-marketingu oraz prosil na Instagramie @mowieosemarketingu.

Wydała e-booka Zaczynaj od strategii, czyli jak zaplanować pozycjonowanie strony internetowej, w którym szeroko omawia jak rozplanować pozycjonowanie witryny krok po kroku.

Jako COO w holdingu Invette zajmuje się wdrażaniem AI do organizacji i procesów.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

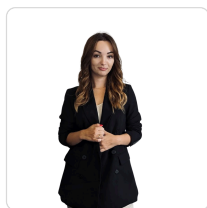
Każdy uczestnik po szkoleniu otrzyma prezentację oraz dokument z podsumowaniem szkolenia i dokładną instrukcją jak samodzielnie przygotować audyt GEO.

# Warunki techniczne

## Warunki techniczne

1. **Platforma:** Usługa będzie prowadzona w formie online (na żywo) za pośrednictwem platformy **Google Meet**. Link do wideokonferencji zostanie przesłany uczestnikom drogą mailową najpóźniej na 24h przed rozpoczęciem zajęć.
2. **Wymagania sprzętowe:** Uczestnik musi dysponować komputerem, laptopem lub urządzeniem mobilnym z dostępem do internetu, wyposażonym w sprawny mikrofon oraz głośniki/słuchawki. Zaleca się korzystanie z kamery internetowej w celu pełnej interakcji podczas warsztatów.
3. **Łącze sieciowe:** Minimalna wymagana prędkość łącza internetowego to **2 Mbps (pobieranie/wysyłanie)**, co zapewnia stabilny odbiór obrazu i dźwięku w jakości HD.
4. **Oprogramowanie:**
  - Aktualna wersja przeglądarki internetowej (zalecane: Google Chrome ze względu na pełną kompatybilność, dopuszczalne: Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge).
  - Aktywne konto e-mail (do odbioru zaproszenia i materiałów).
  - Oprogramowanie do odczytu plików PDF i arkuszy kalkulacyjnych (np. darmowy pakiet Google Docs).
5. **Sposób potwierdzenia obecności:** Obecność uczestników będzie weryfikowana na podstawie raportu aktywności generowanego przez platformę Google Meet oraz (opcjonalnie) poprzez zrzuty ekranu z listy uczestników w trakcie trwania usługi.

## Kontakt



**MARTYNA DRZEWIECKA-PIKOŃ**

**E-mail** [mdrzewiecka@invette.pl](mailto:mdrzewiecka@invette.pl)

**Telefon** (+48) 517 056 403