



Energia Dla Biznesu
Krystyna Żmijewska

★★★★★ 4,9 / 5

157 ocen

Fundamenty nowoczesnego marketingu: social media, widoczność lokalna i skuteczna oferta sprzedażowa

Numer usługi 2026/04/10/149371/3478321

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- 20:00 h
- 16.06.2026 do 17.06.2026

4 300,00 PLN brutto

4 300,00 PLN netto

215,00 PLN brutto/h

215,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Nowy start w Małopolsce z EURESEM, Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe, Małopolski Pociąg do kariery
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie kierowane jest do osób, które chcą zbudować lub uporządkować swoją obecność w internecie – od podstaw, bez wiedzy technicznej i bez dużego budżetu. Krok po kroku, na własnych przykładach.</p> <ul style="list-style-type: none"> • Właściciele małych i średnich firm, którzy chcą samodzielnie prowadzić swoje social media • Osoby rozpoczynające działalność gospodarczą lub planujące jej start • Pracownicy odpowiedzialni za komunikację i marketing w organizacjach i instytucjach • Freelancerzy i specjaliści budujący markę osobista w sieci • Osoby indywidualne chcące podnieść swoje kompetencje cyfrowe i marketingowe <p>Wymagania wstępne:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Podstawowa obsługa komputera i przeglądarki internetowej • Dostęp do stabilnego połączenia internetowego (min. 5 Mbps) • Posiadanie lub chęć założenia kont w omawianych serwisach społecznościowych • Brak wymagań programistycznych – szkolenie dostępne dla każdego
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	15-06-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

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 zbudowanie przez uczestników kompetencji w zakresie świadomego i skutecznego prowadzenia działań marketingowych w mediach społecznościowych – na platformach Facebook, Instagram, TikTok i LinkedIn – a także w obszarze widoczności lokalnej poprzez Wizytówkę Google. Uczestnik zdobędzie również umiejętność tworzenia podstawowej oferty sprzedażowej, która konwertuje. Cała wiedza przekazywana jest w sposób praktyczny, gotowy do natychmiastowego zastosowania.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wiedza: Rozróżnia zasady nowoczesnego marketingu i potrafi określić grupę docelową i USP marki	Uczestnik opisuje personę odbiorcy i unikalną propozycję wartości na przykładzie własnej marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Wiedza: Opisuje specyfikę i algorytmy platform Facebook, Instagram, TikTok i LinkedIn	Uczestnik wymienia kluczowe różnice między platformami i przypisuje formaty treści do każdej z nich	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Konfiguruje i optymalizuje stronę firmową na Facebooku i profil na Instagramie	Uczestnik wskazuje elementy wymagające uzupełnienia i objaśnia ich wpływ na widoczność profilu	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Planuje i tworzy treści dopasowane do specyfiki TikToka	Uczestnik charakteryzuje strukturę viralowego wideo i przygotowuje plan 3 materiałów dla marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Buduje profil na LinkedIn i tworzy treści B2B przyciągające klientów biznesowych	Uczestnik opisuje kluczowe elementy profilu i wskazuje typy postów o najwyższym zasięgu organicznym	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Zakłada i optymalizuje Wizytówkę Google (Google Business Profile)	Uczestnik wymienia obowiązkowe elementy profilu i objaśnia wpływ opinii i postów na widoczność lokalną	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Umiejętności: Tworzy podstawową ofertę sprzedażową opartą na języku korzyści i dowodach społecznych	Uczestnik stosuje strukturę perswazyjnej oferty i wskazuje, jak rozbroić główne obiekcje klientów	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Kompetencje społeczne: Świadomie i etycznie zarządza własną obecnością marki w internecie	Uczestnik wskazuje zasady prawa autorskiego i odpowiedzialnej komunikacji w mediach społecznościowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kwalifikacje niewłączone do ZSK

Uznane kwalifikacje

Pytanie 1. Czy dokument jest wydany przez podmiot systemu oświaty lub szkolnictwa wyższego na podstawie odrębnych przepisów?

TAK

rozporządzenie Ministra Edukacji i Nauki z dnia 6 października 2023 r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych (Dz. U. poz. 2175 oraz z 2024 r. poz. 1854)

Informacje

Nazwa Podmiotu prowadzącego walidację

Wechsler Sp z o.o.

Nazwa Podmiotu certyfikującego

Energia dla Biznesu Krystyna Żmijewska oraz Wechsler Sp z o.o.

Program

DZIEŃ 1 – Facebook, Instagram i TikTok: obecność, treść i zasięgi (10h)

Zacznij od fundamentów – zanim pomyślisz o reklamach, zbuduj miejsce, do którego warto przyjść.

MODUŁ 1 · Fundamenty nowoczesnego marketingu – strategia, marka, odbiorca(1h)

Zanim wejdziesz na platformy – ustal, kim jesteś i do kogo mówisz

- Co to jest nowoczesny marketing i czym różni się od tradycyjnego – przegląd zmieniającego się krajobrazu
- Budowa marki: logo, kolory, ton komunikacji, sposób pisania – jak być rozpoznawalnym
- Definiowanie grupy docelowej: kto jest Twoim idealnym klientem, co go boli i czego szuka
- Unikalna propozycja wartości (USP/UVP) – co wyróżnia Cię od konkurencji
- Spójność komunikacji: jak mówić jednym głosem na wszystkich kanałach
- Ćwiczenie: uczestnicy tworzą jednostronicową kartę marki i persone odbiorcy

MODUŁ 2 · Facebook – profil, strona firmowa i budowanie społeczności(3h)

Jak być na Facebooku z głową – nie tylko wrzucać posty i czekać

- Różnica między profilem prywatnym a stroną firmową – kiedy co i dlaczego
- Konfiguracja i optymalizacja strony: zdjęcie, opis, przycisk CTA, informacje kontaktowe
- Rodzaje treści na Facebooku: posty tekstowe, zdjęcia, wideo, rolki, stories, wydarzenia
- Algorytm Facebooka – co promuje, co blokuje i jak zwiększyć zasięgi organiczne
- Budowanie zaangażowanej społeczności: jak zachęcać do komentarzy, reakcji i udostępnień
- Grupy na Facebooku jako narzędzie budowania społeczności i zaufania
- Ćwiczenie: uczestnicy optymalizują własną stronę i przygotowują plan treści na 2 tygodnie

MODUŁ 3 · Instagram – estetyka, zasięgi i sprzedaż przez zdjęcia i rolki (3h)

Instagram to nie galeria – to narzędzie sprzedażowe, jeśli wiesz, jak go użyć

- Profil biznesowy na Instagramie: bio, link w bio, kategoria, dane kontaktowe
- Estetyka i spójność wizualna feedu – jak zbudować rozpoznawalny styl marki
- Formaty treści: posty, karuzele, stories, Reels, Live – który kiedy i po co
- Algorytm Instagrama – co promuje konto, co hamuje zasięgi i jak to wykorzystać
- Hashtagi, lokalizacje i oznaczenia – jak dotrzeć do nowych odbiorców
- Instagram jako kanał sprzedażowy: połączenie z katalogiem produktów, linki, CTA
- Ćwiczenie: uczestnicy tworzą szkielet profilu i przygotowują zestaw 6 postów na launch

MODUŁ 4 · TikTok – krótkie formy, virale i obecność marki wśród młodszych odbiorców(2h)

TikTok to nie tylko taniec – to najszybciej rosnąca platforma sprzedażowa na świecie

- Kim jest użytkownik TikToka i czy Twoja marka powinna tam być – analiza grupy docelowej
- Specyfika algorytmu TikToka: dlaczego małe konta mogą mieć milionowe zasięgi
- Typy treści, które działają na TikToku: edukacja, rozrywka, storytelling, behind-the-scenes
- Struktura viralowego wideo: hook (pierwsze 3 sekundy), treść, CTA
- Konfiguracja konta biznesowego TikTok i podstawy Centrum Twórców
- TikTok Shop i sprzedaż przez platformę – przegląd możliwości dla firm
- Ćwiczenie: uczestnicy planują i szkicują 3 pierwsze wideo dla swojej marki na TikToku

DZIEŃ 2 – LinkedIn, Wizytówka Google i skuteczna oferta sprzedażowa (10h)

Być widocznym to za mało – trzeba być widocznym we właściwym miejscu i mieć ofertę, której nie można odmówić.

MODUŁ 5 · LinkedIn – marka osobista i pozyskiwanie klientów B2B (3h)

LinkedIn to nie CV w internecie – to najskuteczniejsza sieć sprzedaży B2B na świecie

- Profil osobisty vs strona firmowa – co buduje, co sprzedaje i jak je ze sobą łączyć
- Optymalizacja profilu: nagłówek, zdjęcie, sekcja 'O mnie', doświadczenie, polecenia
- Strategia contentu na LinkedIn: co publikować, jak często i w jakim formacie
- Typy postów o najwyższym zasięgu organicznym: historia, lista, opinia, case study
- Networking i social selling: jak budować relacje, które prowadzą do sprzedaży
- LinkedIn jako narzędzie pozyskiwania leadów: InMail, kontakty, komentowanie z głową
- Ćwiczenie: uczestnicy przepisują sekcję 'O mnie' i przygotowują pierwszą publikację B2B

MODUŁ 6 · Wizytowka Google (Google Business Profile) – widoczność lokalna(2h)

Kiedy ktoś szuka Ciebie w Google – co widzi? Czy w ogóle Ciebie widzi?

- Czym jest Google Business Profile i dlaczego to darmowe narzędzie zmienia wszystko dla lokalnych firm
- Zakładanie i weryfikacja Wizytowki Google krok po kroku
- Optymalizacja profilu: kategoria, opis, zdjęcia, godziny, dane kontaktowe, linki
- Posty i aktualizacje w Wizytowce Google – jak regularnie przypominać o sobie w wynikach
- Opinie klientów: jak je zdobywać, jak odpowiadać (również na negatywne) i jak zarządzać reputacją
- Google Maps i widoczność lokalna – jak pojawiać się wyżej niż konkurencja bez płatnych reklam
- Statystyki Wizytowki Google – co czytać i jak interpretować wyniki
- Ćwiczenie: uczestnicy zakładają lub optymalizują własną Wizytówkę Google

MODUŁ 7 · Podstawy skutecznej oferty sprzedażowej – struktura, język, perswazja(3h)

Możesz mieć tysiące obserwujących – bez oferty, która sprzedaje, nic z tego nie wyniknie

- Co to jest oferta sprzedażowa i czym różni się od zwykłego opisu produktu lub usługi
- Struktura perswazyjnej oferty: nagłówek, problem, obietnica, dowody, CTA
- Język korzyści vs język cech – jak pisać o produkcie tak, żeby klient chciał go kupić
- Dowody społeczne: opinie, case studies, liczby, certyfikaty – jak budować zaufanie
- Obiekcje klientów i jak je rozbroić jeszcze przed rozmową sprzedażową
- Oferta w social media: post sprzedażowy, stories, BIO, link w bio – jak zamienić zasięgi w zapytania
- Ćwiczenie: uczestnicy piszą własną ofertę sprzedażową i dostają informację zwrotną od grupy

MODUŁ 8 · Projekt końcowy – moja obecność w sieci od A do Z (2h)

- Każdy uczestnik prezentuje swój plan obecności: platformy, treść, oferta, Wizytowka Google
- Omówienie i informacja zwrotna od prowadzącego – co wdrożyć natychmiast
- Jak utrzymać stałość działań: planowanie treści, kalendarz publikacji, nawyki
- Czytelność komunikacji, prawo autorskie i zasady korzystania z materiałów cudzych
- Indywidualny plan działań na 30 dni po szkoleniu

Metody pracy:

- Krótki wykład.
- Ćwiczenie praktyczne: Przegląd zaprojektowanego wcześniej workflow pod kątem eliminacji zbędnych kroków (optymalizacja energetyczna procesu).

Moduł 9 1h – test końcowy i wręczenie certyfikatów

W ramach testu online możliwe będzie 5-krotne powtórzenie. Aby zdać test i otrzymać certyfikat, uczestnik musi poprawnie odpowiedzieć na co najmniej 80% pytań. Wyniki testu generowane są automatycznie.

1 h szkoleniowa to 45 min zegarowe.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 16

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Moduł 1 (1h = 45 min) – Moduł 1 (1h = 45 min) – Fundamenty nowoczesnego marketingu – strategia, marka, odbiorca	Anita Wicher	16-06-2026	08:00	08:45	00:45
2 z 16 Przerwa	Anita Wicher	16-06-2026	08:45	09:00	00:15
3 z 16 Moduł 2 (3h = 2h 15 min) – Facebook – profil, strona firmowa i budowanie społeczności	Anita Wicher	16-06-2026	09:00	11:15	02:15
4 z 16 Przerwa	Anita Wicher	16-06-2026	11:15	11:30	00:15
5 z 16 Moduł 3 (3h = 2h 15 min) – Instagram – estetyka, zasięgi i sprzedaż przez zdjęcia i rolki	Anita Wicher	16-06-2026	11:30	13:45	02:15
6 z 16 Przerwa	Anita Wicher	16-06-2026	13:45	14:15	00:30
7 z 16 Moduł 4 (3h = 2h 15 min) – TikTok – krótkie formy, virale i obecność marki wśród młodszych odbiorców	Anita Wicher	16-06-2026	14:15	16:30	02:15
8 z 16 Moduł 5 (3h = 2h 15 min) – LinkedIn – marka osobista i pozyskiwanie klientów B2B	Anita Wicher	17-06-2026	08:00	09:30	01:30
9 z 16 Przerwa	Anita Wicher	17-06-2026	09:30	09:45	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 16 Moduł 6 (2h = 1h 30 min) – Wizytowka Google (Google Business Profile) – widoczność lokalna	Anita Wicher	17-06-2026	09:45	11:15	01:30
11 z 16 Przerwa	Anita Wicher	17-06-2026	11:15	11:45	00:30
12 z 16 Moduł 7 (2h = 1h 30 min) – Podstawy skutecznej oferty sprzedażowej – struktura, język, perswazja	Anita Wicher	17-06-2026	11:45	13:15	01:30
13 z 16 Przerwa	Anita Wicher	17-06-2026	13:15	13:30	00:15
14 z 16 Moduł 8 (2h = 1 h 30 min) Projekt końcowy – moja obecność w sieci od A do Z	Anita Wicher	17-06-2026	13:30	15:00	01:30
15 z 16 Przerwa	Anita Wicher	17-06-2026	15:00	15:15	00:15
16 z 16 Moduł 9: (1 h = 45 min) Walidacja i wręczenie certyfikatów	-	17-06-2026	16:00	16:30	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 300,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 300,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	215,00 PLN

Koszt osobogodziny netto	215,00 PLN
W tym koszt walidacji brutto	100,00 PLN
W tym koszt walidacji netto	100,00 PLN
W tym koszt certyfikowania brutto	0,00 PLN
W tym koszt certyfikowania netto	0,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anita Wicher

Anita Wicher – Menadżer z powołania, przedsiębiorca od 10 lat. Przeszła wiele szkoleń rozwojowych m.in.:

B. Tracy Sztuka Sprzedaży

H. Ecker Umysł Milionera

Szkolenia menadżerskie

Szkolenie Budowanie Marki Własnej Joanna Ceplin

Szkolenie Social Media – zaawansowany kurs prowadzony przez Agencję Marketingową JBG

Szkolenie Social Media Artur Jabłoński

Zakres tematyczny szkoleń obejmuje szkolenia w obszarze kreowania strategii marketingowych, zarządzania personelem, zarządzania przez cele, obsługi klienta online i offline, marketingu, komunikacji i sprzedaży usług.

Od 2014 roku prowadzi specjalistyczne szkolenia w tematyce sprzedaży bezpośredniej, wdrożenia pracownika do pracy, kreatywnego marketingu w sieci, wdrażaniem i realizacją planów rozwojowych przedsiębiorstw. Anita Kubik ma bogate doświadczenie w zarządzaniu innymi przedsiębiorstwami.

Specjalizuje się w szkoleniu kadry menadżerskiej z zakresu turkusowego zarządzania.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały dla uczestników

- Prezentacje ze wszystkich modułów w formacie PDF
- Karta marki – szablon do uzupełnienia (misja, wizja, persona, USP, paleta kolorów, ton komunikacji)
- Checklisty: Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, Wizytowka Google
- Szablon planu publikacji na 30 dni dla każdej platformy
- Schemat struktury oferty sprzedażowej z przykładami
- Mini-workbook – ćwiczenia do samodzielnego wdrożenia po szkoleniu
- Certyfikat ukończenia szkolenia i uzyskania kwalifikacji

Materiały zostaną przesłane na maile uczestników w trakcie lub po ukończeniu szkolenia.

Szkolenie jest zgodnie z wymogami szkoleń kwalifikacji cyfrowych.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem wzięcia udziału w szkoleniu jest posiadanie własnego laptopa. Uczestnik powinien posiadać własny laptop z systemem Windows lub macOS, z uprawnieniami administratora umożliwiającymi instalację oprogramowania (Cursor, n8n desktop lub dostęp do wersji cloud). Zalecana przeglądarka Chrome/Firefox.

Uczestnik musi posiadać podstawową znajomość obsługi komputera.

godzina zajęć = 45 min. zajęć dydaktycznych. Przerwy nie są wliczane do czasu szkolenia.

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy osoba lub przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Jeżeli zajdzie taka konieczność , będzie musiała być podpisana umowa z beneficjentem.

Informacje dodatkowe

Po zakończonym szkoleniu uczestnik otrzymuje certyfikat potwierdzający uzyskanie kwalifikacji. Aby dostać certyfikat kwalifikacji, uczestnik musi uczestniczyć w co najmniej 80% godzin szkoleniowych oraz zdać test zdalny w wyniku co najmniej 80% poprawnych odpowiedzi. Każdy uczestnik może 5 razy wypełnić test, aby uzyskać poprawność odpowiedzi na poziomie 80%.

W przypadku chęci realizacji usługi w innej formie lub o tematyce będącej kontynuacją niniejszego szkolenia (szkolenie stacjonarne, szkolenie zdalne w czasie rzeczywistym, szkolenie zamknięte) lub innym terminie – zapraszamy do kontaktu w celu omówienia możliwych opcji realizacji szkolenia.

Warunki techniczne

- Szkolenie realizowane przez platforme wideokonferencji – link przesyłany min. 2 dni przed szkoleniem
- Komputer/laptop: Windows 7+, macOS 10.12+, Linux
- Przeglądarka w najnowszej wersji (Chrome, Firefox lub Edge)
- Procesor min. 2 GHz, RAM min. 4 GB (zalecane 8 GB)
- Internet: min. 5 Mbps pobieranie, stabilne połączenie – przewodowe zalecane
- Mikrofon i kamera: zalecane do aktywnego udziału w warsztatach

Kontakt



MONIKA ŻMIJEWSKA

E-mail energiabiznesu@gmail.com

Telefon (+48) 505 027 741