



Akademia
Gastronomii EDYTA
OKROJ-
WIERZBICKA

★★★★★ 4,9 / 5

12 ocen

KOMPLEKSOWY MARKETING I ZARZĄDZANIE OBIEKTEM WESELNYM: OD POZYSKANIA KLIENTA DO RECENTOWNEJ REALIZACJI (Pakiet: Skuteczny Marketing Twojego Lokalu + Manager Obiektu Weselnego)

Numer usługi 2026/04/27/170161/3515868

📍 Sopot

👤 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 32:00 h

📅 15.10.2026 do 10.11.2026

5 015,00 PLN brutto

4 077,24 PLN netto

156,72 PLN brutto/h

127,41 PLN netto/h

214,81 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Inne / Gastronomia

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do właścicieli oraz managerów sal weselnych, hoteli i obiektów organizujących przyjęcia okolicznościowe. Program dedykowany jest osobom, które:

- **Odpowiadają za wizerunek i promocję**, chcąc samodzielnie budować strategię w social mediach (Facebook, Instagram), tworzyć rolki reklamowe oraz prowadzić skuteczne kampanie reklamowe (Ads).
- **Zajmują się sprzedażą ofert weselnych**, dążąc do opanowania technik copywritingu sprzedażowego, budowania perswazyjnych ofert handlowych i zamykania sprzedaży (FAQ).
- **Koordynują realizację wydarzeń**, chcąc profesjonalnie przygotować agendy, scenariusze ślubów plenerowych oraz zarządzać sytuacjami kryzysowymi.
- **Zarządzają finansami obiektu**, dążąc do optymalizacji kosztów surowca (Food Cost), personelu i operacji, aby zmaksymalizować zysk z każdego przyjęcia.

Minimalna liczba uczestników

8

Maksymalna liczba uczestników

23

Data zakończenia rekrutacji

08-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

32

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestnika do skutecznego promowania i zarządzania obiektem weselnym. Program łączy kompetencje marketingowe (budowa marki, social media, kampanie Ads) z wiedzą managerską (organizacja wesel, umowy, kalkulacja kosztów). Uczestnik nauczy się pozyskiwać Pary Młode za pomocą nowoczesnych narzędzi cyfrowych, projektować rentowne oferty handlowe oraz koordynować skomplikowane procesy operacyjne i finansowe, co przełoży się na wzrost sprzedaży i zysku obiektu.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik buduje tożsamość marki i strategię marketingową obiektu.	tworzy personę klienta i strategię komunikacji w social mediach	Test teoretyczny
	przygotowuje materiały promocyjne z wykorzystaniem Canvy i CapCut	Test teoretyczny
	wdraża zasady marketingu sensorycznego i szeptanego w lokalu	Test teoretyczny
Zarządza kampaniami reklamowymi w środowisku cyfrowym.	konfiguruje podstawowe kampanie w systemach Meta Ads i Google Ads	Test teoretyczny
	stosuje narzędzia typu "call to action" i analizuje błędy kampanii	Test teoretyczny
	projektuje mailing sprzedażowy z wykorzystaniem technik copywritingu	Test teoretyczny
Projektuje i prezentuje oferty dla Par Młodych.	konstruuje indywidualne oferty weselne i pakiety dodatkowe	Test teoretyczny
	stosuje techniki perswazji i zamykania sprzedaży (FAQ)	Test teoretyczny
	opracowuje procedury spotkań sprzedażowych z klientem	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Koordynuje logistykę i przebieg uroczystości weselnej.	tworzy agendy i scenariusze przyjęć oraz ślubów plenerowych	Test teoretyczny
	wdraża procedury rozwiązywania sytuacji kryzysowych i reklamacji	Test teoretyczny
	przygotowuje regulaminy współpracy z parami młodymi i wykonawcami	Test teoretyczny
Optymalizuje rentowność i koszty organizacji przyjęć.	oblicza Food Cost, koszty personelu oraz koszty operacyjne eventu	Test teoretyczny
	identyfikuje produkty rentowne i nierentowne w ofercie weselnej	Test teoretyczny
	planuje kalendarz promocji i minimalny obrót niezbędny do pokrycia kosztów	Test teoretyczny

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

KOMPLEKSOWY MARKETING I ZARZĄDZANIE OBIEKTEM WESELNYM: OD POZYSKANIA KLIENTA DO RECENTOWNEJ REALIZACJI
(Pakiet: Skuteczny Marketing Twojego Lokalu + Manager Obiektu Weselnego)

WARUNKI ORGANIZACYJNE: szkolenie realizowane jest w formie stacjonarnej, w sali szkoleniowej wyposażonej w miejsca siedzące (krzesło i stolik) dla każdego uczestnika. Każdy uczestnik otrzymuje komplet materiałów szkoleniowych w formie drukowanej. Maksymalna liczba uczestników: 23 osoby. Zajęcia odbywają się w jednej grupie, bez podziału na podgrupy.

TRYB REALIZACJI I CZAS TRWANIA: szkolenia prowadzone jest w trybie godzin zegarowych (60 minut). Łączny czas trwania: **32 godziny** (4 dni po 8 godzin). Podział godzin: **32 godziny teoretyczne** (szkolenie ma formę wykładów z elementami dyskusji, analizy przypadków i ćwiczeń koncepcyjnych). Przerwy wliczają się w czas trwania usługi.

BLOK 1 - 15-16 PAŹDZIERNIKA 2026 - SZKOLENIE SKUTECZNY MARKETING TWOJEGO LOKALU

DZIEŃ 1 / 15.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Marketing czy PR – co sprzedaje Twój lokal?
- Rola Public Relations – dlaczego sam marketing nie wystarczy
- Tworzenie persony i określenie odpowiedniego targetu konsumenta
- Nie pokazuj pustych krzesel – budowanie wizerunku w praktyce
- Zespół jako ważne ogniwo marketingowe
- Komunikacja – kto, kiedy i jak odbiera telefon, odpisuje na wiadomości Gości?
- WhatsApp i Autoresponder jako pomocne aplikacje do komunikacji
- Tożsamość marki – czym wyróżniasz się na tle konkurencji
- Key visual i jego zastosowanie w praktyce
- Komentarze i opinie – jak odpowiedzieć na negatywny komentarz i jak zdobyć pozytywny
- Kampania reklamowa i jej składowe
- Tworzenie kampanii reklamowych z wykorzystaniem call to action
- Najczęstsze błędy kampanii reklamowych
- Statystyka sprzedaży w restauracji i jej przełożenie na plan marketingowy
- Warsztaty z tworzenia planu marketingowego opartego na sezonowości i kalendarzu
- Drukowanie Twoich materiałów reklamowych w praktyce
- Marketing sensoryczny w Twojej restauracji – wpływaj na zachowania Gości!
- Tradycyjne metody reklamy – rodzaje, zastosowanie, efektywność
- Marketing szeptany – siła poleceń, ocen i referencji

DZIEŃ 2 / 16.10.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Media społecznościowe od podstaw: Facebook, Instagram
- Gdzie, kiedy i ile publikować ?
- Budowanie strategii obecności w mediach społecznościowych
- Składowe Twoich profili – uzupełnianie krok po kroku
- Niezbędne aplikacje do prowadzenia Twoich sociali
- Aplikacje do obróbki zdjęć, tworzenia filmików reklamowych
- Darmowe narzędzie do tworzenia grafik – Canva i jej zastosowanie
- Skuteczne hasztagi na social mediach – jak je dobrać?
- Poszukiwanie contentu Twojego lokalu i inspiracji do treści
- Zyskaj dostęp do muzyki na Instagramie
- Zmieniaj kolor tła udostępnianych relacji i dbaj o spójność profilu
- Warsztaty z tworzenia rolek krok po kroku – polubisz szybkie i rolki z szablonów!
- Facebook Ads – tworzenie kampanii reklamowych od podstaw
- Google Ads – podstawowe możliwości, zastosowanie, narzędzia
- Checklista – audyt marketingowy Twojego lokalu
- Wewnętrzny test teoretyczny

PRZERWA WDROŻENIOWA

BLOK 2 - 09-10 LISTOPADA 2026 - SZKOLENIE MANAGER OBIEKTU WESELNEGO

DZIEŃ 3 / 09.11.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Oczekiwania Par Młodych wobec organizatorów
- Ankieta oczekiwani Pary Młodej
- Przygotowanie atrakcyjnej i indywidualnej oferty weselnej
- Umowa na organizację przyjęcia ślubnego
- Procedura dokumentacji i opłat za odtwarzanie muzyki
- Regulamin współpracy sali weselnej z parą młodą i wykonawcami
- Scenariusz i agenda uroczystości weselnej

- Plan ślubu plenerowego i sali weselnej
- Wybór i dostosowanie menu oraz form serwowania
- Rozwiązywanie sytuacji kryzysowych
- Formy serwowania i rozliczania alkoholu
- Rozliczenie przyjęcia i rozwiązywanie reklamacji
- Analiza rynku i określenie klienta docelowego
- Zasady konkurencji i sposoby wyróżnienia się na rynku
- Niezbędne materiały sprzedażowe – jak je przygotować
- Zasady komponowania oferty handlowej
- Normy prawne i kluczowe informacje w ofercie weselnej
- Prawidłowa prezentacja oferty – układ, prezentacja ceny, triki sprzedażowe
- Dostosowanie oferty do potrzeb i preferencji klientów
- Przygotowanie mailingu – układ, treść, grafiki i odnośniki
- Copywriting oferty sprzedażowej – perswazja i argumentacja

DZIEŃ 4 / 10.11.2026 / 09:00 - 17:00 / 8h

- Pierwsze spotkanie – checklista materiałów sprzedażowych
- FAQ – narzędzie zamykające sprzedaż
- Budowanie rachunku – skuteczne techniki sprzedaży
- Śluby plenerowe (cywilne, humanistyczne)
- Wesele międzynarodowe – pułapki i możliwości
- Wybór i dostosowanie tematu przewodniego wesela
- Dodatkowe eventy weselne (kolacja przedweselna, poprawiny)
- Trendy i nowości w organizacji wesel
- Rozrywka – nowoczesne rozwiązania
- Analiza kosztów lokalu gastronomicznego
- Określenie minimalnego i oczekiwanego obrotu
- Sposób na wyróżnienie się na rynku – zasady konkurencyjności
- Kalkulacja surowca (food cost)
- Kalkulacja kosztów personelu
- Określenie kosztów operacyjnych
- Określenie produktów rentownych oraz nierentownych
- Zarządzanie produkcją i eliminacja strat produkcyjnych
- Zasady ustalania ceny sprzedaży
- Rodzaje skutecznych promocji
- Statystyka sprzedaży – tworzenie kalendarza promocji
- Wewnętrzny test wiedzy

WALIDACJA EFEKTÓW UCZENIA SIĘ:

- Metoda walidacji: test teoretyczny przeprowadzony po ukończeniu szkolenia.
- Forma: test pisemny zawierający pytania zamknięte i otwarte, obejmujące wszystkie efekty uczenia się określone w karcie usługi.
- Organizacja: test odbywa się w sali szkoleniowej, w której przeprowadzone było szkolenia; czas trwania 30 minut; praca samodzielna, bez pomocy materiałów.

Z przyczyn niezależnych od Wykonawcy (np. losowych) harmonogram szkolenia może zostać nieznacznie zmieniony. Wszystkie informacje dostępne w jednostce szkolącej zostaną przekazane Operatorowi.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 0

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

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 015,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 077,24 PLN
Koszt osobogodziny brutto	156,72 PLN
Koszt osobogodziny netto	127,41 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Martyna Baran

Specjalizacja:

Zarządzanie obiektami weselnymi

Prowadzi szkolenia: Manager Obiektu Weselnego, Manager Cateringu, Event Manager, Szkolenie Kelnerskie

Osoba prowadząca zajęcia spełnia warunek: doświadczenie zawodowe i kwalifikacje w zakresie powierzonych zadań zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą publikacji usługi w BUR.



2 z 2

Marta Grabianowska

MBA, magister Zarządzania Marketingowego, przedsiębiorczyni.

Ekspertka w dziedzinie PR i marketingu z 14-letnim doświadczeniem w pracy dla dużych korporacji i centrów handlowych w Polsce. Od 6 lat związana z Akademią Gastronomii, gdzie jako szkoleniowiec przekazuje swoją wiedzę managerom i właścicielom biznesów gastronomicznych, ucząc skutecznych strategii marketingowych – od promocji lokali po budowanie silnej obecności w mediach społecznościowych.

Praktyk z krwi i kości – współwłaścicielka marki Klub na Fali, sieci beach barów i klubów nocnych (Poznań, Boszkowo, Sława), w których łączy funkcje zarządcze z rolą Dyrektora Kreatywnego, kierując czteroosobowym zespołem marketingowym. Odpowiada za tworzenie i realizację strategii komunikacji opartych na real-time marketingu, współpracy z twórcami UGC, influencer marketingu i storytellingu. Na swoim koncie ma kampanie z lokalnymi mediami i portalami kulinarnymi oraz organizację licznych wydarzeń – od otwarć lokali po kompleksową oprawę promocyjną eventów sezonowych.

Osoba prowadząca posiada doświadczenie zawodowe zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat w obszarze marketingu gastronomicznego, w tym w planowaniu i realizowaniu działań marketingowych,

prowadzeniu mediów społecznościowych, projektowaniu kampanii reklamowych oraz budowaniu wizerunku marki lokalu gastronomicznego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy szkolenia otrzymają komplet materiałów w formie drukowanej, opracowanych przez ekspertów i trenerów Akademii Gastronomii. Materiały zawierają treści wykładowe, ćwiczenia i szablony do pracy własnej. Materiały są dostosowane do realiów branży gastronomicznej i umożliwiają samodzielne wdrażanie wiedzy po zakończeniu szkolenia.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie jest otwarte - mogą zapisać się wszyscy zainteresowani.

Szkolenie będzie realizowane po zgłoszeniu się minimum 8 osób, maksymalna liczba uczestników to 23. Obowiązuje kolejność zgłoszeń.

Informacje dodatkowe

Cena usługi podana jest w wartości netto. Do ceny doliczany jest podatek VAT 23%.

W przypadku finansowania usługi w co najmniej 70% ze środków publicznych, usługa korzysta ze zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. b ustawy o VAT.

Adres

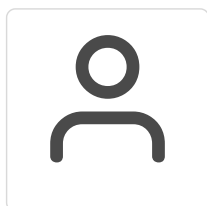
ul. Władysława Broniewskiego 10
81-841 Sopot
woj. pomorskie

Akademia Gastronomii mieści się w Sopocie przy ul. Broniewskiego 10. Zajęcia odbywają się w komfortowej, nowocześnie urządzonej sali szkoleniowej, przystosowanej do prowadzenia szkoleń stacjonarnych. Miejsce zapewnia odpowiednie warunki do pracy i nauki, z pełnym zapleczem sanitarnym i socjalnym. Obiekt znajduje się w dogodnej lokalizacji z łatwym dostępem komunikacją miejską.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Anna Kurt

E-mail biuro@agastronomii.pl

Telefon (+48) 571 515 558