



Kompleksowa strategia marketingowa dla firm szkoleniowych – analiza konkurencji, pozycjonowanie marki i content marketing

Numer usługi 2026/05/13/31809/3557425

7 306,20 PLN brutto
5 940,00 PLN netto
221,40 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

ONLINE GROUP
Janusz Wala

★★★★★ 4,7 / 5

1 067 ocen

- 📍 Kraków
- 🏢 Doradztwo biznesowe
- 📄 stacjonarna
- 🕒 33:00 h
- 📅 21.05.2026 do 28.05.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Usługa doradcza przeznaczona jest dla przedsiębiorców, właścicieli firm szkoleniowych, kadry zarządzającej oraz pracowników odpowiedzialnych za działania marketingowe i sprzedażowe w firmach z branży edukacyjnej i szkoleniowej.
Data zakończenia rekrutacji	20-05-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług doradczych

Cel

Cel biznesowy

Celem biznesowym usługi jest wsparcie przedsiębiorstwa z branży szkoleniowej w opracowaniu kompleksowej strategii marketingowej obejmującej dwa wzajemnie uzupełniające się obszary: pozycjonowanie marki na tle minimum 3 konkurentów oraz planowanie działań content marketingowych ukierunkowanych na pozyskiwanie klientów i wzrost konwersji.

W ramach doradztwa zrealizowane zostaną następujące działania o określonym, weryfikowalnym zakresie:

Analiza konkurencji i pozycjonowanie marki:

1. analiza minimum 3 konkurencyjnych podmiotów szkoleniowych w zakresie: sposobu komunikacji, struktury oferty, wyróżników marketingowych oraz kanałów pozyskiwania klientów,
2. określenie pozycji marki klienta w odniesieniu do zidentyfikowanych konkurentów,
3. wskazanie minimum 3 obszarów przewagi konkurencyjnej lub nisz rynkowych możliwych do wykorzystania,
4. opracowanie kierunku pozycjonowania marki dla minimum 2 grup docelowych.

Strategia content marketingu:

1. analiza dotychczasowych treści (strona www, social media, materiały ofertowe) pod kątem spójności i skuteczności,
2. opracowanie struktury lejka treści (TOFU/MOFU/BOFU) dla minimum 2 usług szkoleniowych,
3. przygotowanie planu publikacji treści obejmującego minimum 2 miesiące od zakończenia doradztwa,
4. opracowanie minimum 5 rekomendacji treści sprzedażowych wspierających konwersję.

Rezultatem biznesowym wdrożenia wypracowanych rozwiązań – możliwym do oceny w perspektywie 3–6 miesięcy od zakończenia usługi – będzie:

- wzrost liczby zapytań ofertowych o minimum 15–20% względem okresu przed wdrożeniem strategii,
- poprawa jakości pozyskiwanych leadów mierzona wskaźnikiem konwersji „zapytanie – klient”,
- skrócenie średniego czasu decyzji zakupowej klienta dzięki treściom dopasowanym do kolejnych etapów lejka,
- wdrożenie co najmniej 2 nowych kanałów lub formatów komunikacji marketingowej.

Usługa ma charakter doradczy i wdrożeniowy – jej efektem są konkretne dokumenty strategiczne gotowe do bezpośredniego zastosowania, nie ogólna wiedza teoretyczna.

Efekt usługi

Po zakończeniu usługi doradczej, przedsiębiorca z branży szkoleniowej otrzymuje kompletną dokumentację doradczą obejmującą:

1. **Analizę konkurencji** – opracowaną dla minimum 3 zidentyfikowanych podmiotów konkurencyjnych, zawierającą ocenę ich sposobu komunikacji, struktury oferty, wyróżników marketingowych i kanałów sprzedaży, wraz ze wskazaniem co najmniej 3 wniosków strategicznych dla działalności klienta.
2. **Mapę pozycji rynkowej marki** – dokument określający aktualną pozycję przedsiębiorstwa względem konkurencji, wskazujący minimum 3 mocne strony, minimum 2 obszary wymagające rozwoju oraz co najmniej 1 niszę rynkową możliwą do zagospodarowania.
3. **Strategię pozycjonowania marki** – zawierającą kierunek budowania przewagi konkurencyjnej oraz propozycję komunikacji dopasowaną do minimum 2 zdefiniowanych grup docelowych (B2B i/lub B2C).
4. **Strategię content marketingu** – dokument opisujący strukturę lejka treści (TOFU/MOFU/BOFU) opracowanego dla minimum 2 usług szkoleniowych klienta, z przypisaniem typów treści do poszczególnych etapów ścieżki zakupowej.
5. **Plan publikacji treści na minimum 2 miesiące** – harmonogram obejmujący tematy, formaty i kanały dystrybucji treści, gotowy do wdrożenia bezpośrednio po zakończeniu doradztwa.
6. **Rekomendacje treści sprzedażowych** – minimum 5 konkretnych rekomendacji dotyczących treści wspierających konwersję, z opisem celu każdej z nich, grupy docelowej i sugerowanego kanału publikacji.
7. **Raport końcowy** – dokument syntetyzujący wyniki analizy rynku i konkurencji, przyjętą strategię marketingową, plan działań oraz priorytety wdrożeniowe uszeregowane według potencjalnego wpływu na wyniki sprzedażowe przedsiębiorstwa.

Mierzalne kryteria sukcesu usługi:

- dokumentacja obejmuje analizę minimum 3 podmiotów konkurencyjnych,
- strategia pozycjonowania marki zawiera minimum 3 rekomendacje możliwe do wdrożenia w ciągu 30 dni od zakończenia doradztwa,
- plan treści obejmuje minimum 8 tematów na minimum 2 miesiące dla minimum 2 kanałów komunikacji,
- raport końcowy zawiera minimum 5 rekomendacji wdrożeniowych z określonym priorytetem i szacowanym wpływem na pozyskiwanie klientów.

Mierzalne efekty biznesowe – możliwe do weryfikacji w ciągu 3–6 miesięcy od wdrożenia strategii:

- wzrost liczby zapytań ofertowych o minimum 15–20% względem analogicznego okresu przed wdrożeniem,
- poprawa wskaźnika konwersji zapytanie → klient dzięki treściom dopasowanym do lejka zakupowego,
- wdrożenie co najmniej 2 nowych kierunków komunikacji marketingowej wskazanych w dokumentacji.

Metoda potwierdzenia osiągnięcia efektu usługi

Osiągnięcie efektów usługi doradczej zostanie potwierdzone poprzez opracowanie i przekazanie przedsiębiorcy kompletnej dokumentacji doradczej, przygotowanej na podstawie analiz przeprowadzonych w trakcie realizacji usługi oraz w ramach pracy własnej Doradcy.

Doradca dokonuje potwierdzenia osiągnięcia efektów poprzez ocenę kompletności opracowanej dokumentacji, jej zgodności z celami biznesowymi przedsiębiorstwa oraz możliwości praktycznego wdrożenia rekomendowanych rozwiązań w działalności firmy szkoleniowej.

Program

Dzień 1: 21.05.2026 - Praca z Klientem (8 godzin zegarowych)

Diagnoza i analiza wyjściowa:

- analiza oferty szkoleniowej klienta i jej aktualnego sposobu prezentacji,
- identyfikacja grup docelowych (B2B / B2C) i segmentów rynku,
- określenie celów marketingowych i sprzedażowych przedsiębiorstwa,
- analiza dotychczasowych treści marketingowych (strona www, social media, materiały ofertowe) – identyfikacja braków i niespójności,
- identyfikacja konkurencyjnych podmiotów na rynku szkoleniowym,
- analiza sposobu komunikacji marketingowej konkurencji,
- wspólne określenie kierunków contentowych i pozycjonowania marki,
- zatwierdzenie zakresu prac analitycznych i strategicznych do wykonania przez Doradcę,
- omówienie i ustalenie priorytetów dalszych działań.

Dzień 2: 22.05.2026 – Praca własna Doradcy (3h zegarowe)

Analiza konkurencji i rynku:

- pogłębiona analiza minimum 3 konkurencyjnych podmiotów szkoleniowych (oferta, komunikacja, wyróżniki, kanały promocji),
- benchmarking ofert i sposobów prezentacji usług,
- identyfikacja przewag konkurencyjnych klienta, nisz rynkowych i obszarów do optymalizacji.

Dzień 3: 25.05.2026 – Praca własna Doradcy (7h zegarowych)

Opracowanie strategii pozycjonowania marki:

- określenie kierunku budowania przewagi konkurencyjnej,
- identyfikacja wartości marki istotnych dla grup docelowych,
- opracowanie rekomendacji dotyczących wyróżnienia oferty szkoleniowej i komunikacji marki,
- przygotowanie propozycji kierunków komunikacji marketingowej dopasowanych do minimum 2 grup docelowych.

Dzień 4: 26.05.2026 – Praca własna Doradcy (7h zegarowych)

Opracowanie strategii content marketingu:

- opracowanie struktury lejka treści (TOFU/MOFU/BOFU) dla minimum 2 usług szkoleniowych,
- przygotowanie planu publikacji treści na minimum 2 miesiące,
- opracowanie tematów i formatów treści sprzedażowych wspierających konwersję,
- przygotowanie rekomendacji wdrożeniowych.

Opracowanie raportu końcowego i porządkowanie dokumentacji:

- synteza wniosków z analizy rynku i konkurencji,
- zestawienie strategii pozycjonowania marki i strategii contentowej w spójny dokument,

- przygotowanie planu dalszych działań możliwych do wdrożenia w przedsiębiorstwie.

Dzień 5: 28.05.2026 – Praca z Klientem (8 godzin zegarowych)

Omówienie, weryfikacja i zatwierdzenie opracowanych materiałów:

- prezentacja i omówienie wyników analizy konkurencji,
- przedstawienie i weryfikacja wypracowanej strategii pozycjonowania marki,
- omówienie struktury lejka treści i planu publikacji,
- wspólna analiza rekomendacji contentowych i wdrożeniowych,
- wprowadzenie ewentualnych korekt i uzupełnień,
- zatwierdzenie kierunku strategii marketingowej,
- omówienie planu dalszych działań i priorytetów wdrożeniowych,
- przekazanie kompletnej dokumentacji doradczej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 27

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 27 Diagnoza i analiza wyjściowa - praca z klientem	Zajęcia	Janusz Wala	21-05-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 27 -	Przerwa	-	21-05-2026	11:00	11:15	00:15
3 z 27 Diagnoza i analiza wyjściowa - praca z klientem	Zajęcia	Janusz Wala	21-05-2026	11:15	13:15	02:00
4 z 27 -	Przerwa	-	21-05-2026	13:15	13:45	00:30
5 z 27 Diagnoza i analiza wyjściowa - praca z klientem	Zajęcia	Janusz Wala	21-05-2026	13:45	15:45	02:00
6 z 27 -	Przerwa	-	21-05-2026	15:45	16:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 27 Diagnoza i analiza wyjściowa - praca z klientem	Zajęcia	Janusz Wala	21-05-2026	16:00	17:00	01:00
8 z 27 Analiza konkurencji i rynku - praca własna doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	22-05-2026	13:00	15:00	02:00
9 z 27 -	Przerwa	-	22-05-2026	15:00	15:15	00:15
10 z 27 Analiza konkurencji i rynku - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	22-05-2026	15:15	16:00	00:45
11 z 27 Opracowanie strategii pozycjonowania marki - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	25-05-2026	10:00	12:00	02:00
12 z 27 -	Przerwa	-	25-05-2026	12:00	12:30	00:30
13 z 27 Opracowanie strategii pozycjonowania marki - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	25-05-2026	12:30	14:30	02:00
14 z 27 -	Przerwa	-	25-05-2026	14:30	15:00	00:30
15 z 27 Opracowanie strategii pozycjonowania marki - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	25-05-2026	15:00	17:00	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 27 Opracowanie strategii content marketingu, raport końcowy - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	26-05-2026	08:00	10:00	02:00
17 z 27 -	Przerwa	-	26-05-2026	10:00	10:30	00:30
18 z 27 Opracowanie strategii content marketingu, raport końcowy - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	26-05-2026	10:30	12:15	01:45
19 z 27 -	Przerwa	-	26-05-2026	12:15	12:45	00:30
20 z 27 Opracowanie strategii content marketingu, raport końcowy - praca własna Doradcy	Zajęcia	Janusz Wala	26-05-2026	12:45	15:00	02:15
21 z 27 Omówienie, weryfikacja i zatwierdzenie opracowanych materiałów - praca z Klientem	Zajęcia	Janusz Wala	28-05-2026	09:00	11:00	02:00
22 z 27 -	Przerwa	-	28-05-2026	11:00	11:15	00:15
23 z 27 Omówienie, weryfikacja i zatwierdzenie opracowanych materiałów - praca z Klientem	Zajęcia	Janusz Wala	28-05-2026	11:15	13:15	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
24 z 27 -	Przerwa	-	28-05-2026	13:15	13:45	00:30
25 z 27 Omówienie, weryfikacja i zatwierdzenie opracowanych materiałów - praca z Klientem	Zajęcia	Janusz Wala	28-05-2026	13:45	15:45	02:00
26 z 27 -	Przerwa	-	28-05-2026	15:45	16:00	00:15
27 z 27 Opracowanie raportu końcowego i porządkowanie dokumentacji - praca z Klientem	Zajęcia	Janusz Wala	28-05-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	33:00
w tym suma godzin zajęć	28:45
w tym suma przerw	04:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	38:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	7 306,20 PLN
Koszt usługi netto	5 940,00 PLN
Koszt godziny brutto	221,40 PLN

Koszt godziny netto

180,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	33:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Janusz Wala

Janusz Wala – przedsiębiorca z wieloletnim doświadczeniem w reklamie internetowej (Google Ads, narzędzia Google, tworzenie stron www, marketing szeptany, networking biznesowy). Prezes BNI – największej w Polsce organizacji networkingowej, zarządzanie grupą 60 krakowskich przedsiębiorców. Doświadczenie w prowadzeniu kampanii internetowych, obsłudze klienta i wprowadzaniu produktów na rynek. Prowadzenie licznych szkoleń i doradztw dla firm w latach 2008–2023. Wykształcenie wyższe, MBI.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały będą tworzone w trakcie usługi doradczej z klientem oraz jako efekt pracy własnej Doradcy.

Informacje dodatkowe

Usługa będzie realizowana w 2 lokalizacjach.

Godziny doradztwa obejmujące pracę z klientem będą realizowane pod adresem:

30-084 Kraków, ul. Bronowicka 23/10 (Dzień 1 i 5)

Godziny doradztwa obejmujące pracę własną doradcy będą realizowane pod adresem:

32-052 Radziszów, ul. Wąwozowa 14 (Dzień 2, 3 i 4)

Adres

Kraków 23/10
30-084 Kraków
woj. małopolskie

Usługa będzie realizowana w 2 lokalizacjach.

Godziny doradztwa obejmujące pracę z Klientem (Dzień 1 i 5) będą realizowane pod adresem: 30-084 Kraków, ul. Bronowicka 23/10

Godziny doradztwa obejmujące pracę własną Doradcy (Dzień 2, 3 i 4) będą realizowane pod adresem: 32-052 Radziszów, ul. Wąwozowa 14.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Janusz

E-mail szkolenia@onlinegroup.pl

Telefon (+48) 602 440 019