



Maritime Consulting
Poland Dariusz
Kowalski

★★★★★ 4,8 / 5
1 707 ocen

Wdrożenie zautomatyzowanych procesów marketingowych, analityki, kampanii reklamowych i treści wspierających pozyskiwanie leadów

Numer usługi 2026/05/14/21381/3559561

📍 Bród Mały
🏠 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 27:30 h
📅 16.11.2026 do 19.11.2026

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
181,82 PLN brutto/h
181,82 PLN netto/h
332,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Administracja IT i systemy komputerowe

Grupa docelowa usługi

Usługa jest skierowana do właścicieli firm, członków zarządu, dyrektorów, managerów, specjalistów marketingu, handlowców, osób odpowiedzialnych za pozyskiwanie klientów, obsługę strony internetowej, kampanie reklamowe, raportowanie, CRM, analitykę, treści, SEO oraz rozwój sprzedaży.

Grupą docelową są firmy, które chcą poprawić skuteczność marketingu, uporządkować pomiar źródeł leadów, rozwinąć kampanie Google Ads i Meta Ads, przygotować landing page'e, zwiększyć widoczność w Google, tworzyć treści edukacyjne oraz lepiej wykorzystywać dane marketingowe w decyzjach biznesowych.

Usługa jest szczególnie przydatna dla firm B2B, firm usługowych, firm handlowych, firm technologicznych, firm lokalnych, firm produkcyjnych, e-commerce oraz organizacji, które chcą połączyć działania marketingowe z procesem sprzedaży i raportowaniem źródeł leadów.

Minimalna liczba uczestników

3

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

15-11-2026

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 szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Celem usługi jest przygotowanie firmy do skuteczniejszego pozyskiwania leadów poprzez uporządkowanie analityki marketingowej, wdrożenie pomiaru źródeł (UTM, zdarzenia), rozwój landing page’y i treści oraz optymalizację kampanii Google Ads i Meta Ads. Usługa poprawia jakość danych o leadach, kontrolę marketingu, skuteczność działań i integrację marketingu ze sprzedażą, wdrażając standardy pracy na danych i ciągłej optymalizacji.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
charakteryzuje źródła ruchu i leadów oraz rolę analityki marketingowej	wskazuje źródła leadów, definiuje UTM, zdarzenia i konwersje, omawia rolę danych w marketingu	Test teoretyczny
analizuje raporty źródeł leadów	identyfikuje kanały pozyskania leadów, porównuje ich skuteczność, wskazuje obszary optymalizacji	Test teoretyczny
projektuje ścieżkę klienta od kampanii do konwersji	opisuje drogę użytkownika, wskazuje elementy wpływające na konwersję, definiuje zdarzenia na stronie	Test teoretyczny
analizuje skuteczność kampanii Google Ads	analizuje słowa kluczowe, zapytania, konwersje i koszt leada, wskazuje optymalizacje	Test teoretyczny
analizuje skuteczność kampanii Meta Ads	ocenia grupy odbiorców, kreacje, komunikaty i wyniki kampanii, wskazuje optymalizacje	Test teoretyczny
planuje treści SEO, AI i GEO	dobiera tematy treści, projektuje strukturę strony/FAQ/blogu, wyjaśnia wpływ treści na widoczność	Test teoretyczny
wskazuje działania optymalizacyjne w marketingu	analizuje dane marketingowe, ustala priorytety działań, uzasadnia rekomendacje	Test teoretyczny
współpracuje w oparciu o dane marketingowe (kompetencje społeczne)	komunikuje wnioski z analizy, uzasadnia decyzje danymi, współpracuje z zespołem marketing/sprzedaż	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

MODUŁ 1 – Analiza marketingu i źródeł leadów

Analiza obecnych kanałów marketingowych, kampanii reklamowych, stron internetowych, landing page'y, CRM oraz raportowania. Identyfikacja źródeł leadów, jakości danych oraz luk w pomiarze skuteczności marketingu.

MODUŁ 2 – Cele marketingowe i model analityczny

Definiowanie celów marketingowych, segmentów klientów oraz KPI. Ustalenie modelu pomiaru skuteczności działań marketingowych i powiązania z procesem sprzedaży.

MODUŁ 3 – Interpretacja danych i raporty marketingowe

Analiza raportów Google Ads, Meta Ads i narzędzi analitycznych. Interpretacja kosztu leada, konwersji, źródeł ruchu i jakości leadów.

MODUŁ 4 – Ścieżka klienta i landing page

Projektowanie customer journey oraz struktury landing page. Elementy skutecznej strony: CTA, oferta, treść, formularze, SEO i konwersja.

MODUŁ 5 – Google Ads i optymalizacja kampanii

Struktura kampanii Google Ads, słowa kluczowe, grupy reklam, optymalizacja kosztu i jakości leadów.

MODUŁ 6 – Meta Ads i reklamy social media

Projektowanie i optymalizacja kampanii Facebook/Instagram Ads. Grupy odbiorców, kreacje, testy reklam i analiza wyników.

MODUŁ 7 – SEO, treści i widoczność w Google oraz AI

Tworzenie treści edukacyjnych, SEO, struktura strony, FAQ, artykuły oraz widoczność w wyszukiwarkach i narzędziach AI.

MODUŁ 8 – Walidacja i podsumowanie wdrożenia

Sprawdzenie umiejętności: analiza danych, interpretacja kampanii, projektowanie działań marketingowych i KPI.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Analiza marketingu i źródeł leadów	Zajęcia	Mateusz Rec	16-11-2026	08:00	12:00	04:00
2 z 13 -	Przerwa	-	16-11-2026	12:00	13:00	01:00
3 z 13 Cele marketingowe i KPI	Zajęcia	Mateusz Rec	16-11-2026	13:00	16:00	03:00
4 z 13 Analityka marketingowa i UTM	Zajęcia	Mateusz Rec	17-11-2026	08:00	12:00	04:00
5 z 13 -	Przerwa	-	17-11-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 13 Interpretacja danych i raporty	Zajęcia	Mateusz Rec	17-11-2026	13:00	16:00	03:00
7 z 13 Ścieżka klienta i landing page	Zajęcia	Mateusz Rec	18-11-2026	08:00	12:00	04:00
8 z 13 -	Przerwa	-	18-11-2026	12:00	13:00	01:00
9 z 13 Google Ads – struktura i optymalizacja	Zajęcia	Mateusz Rec	18-11-2026	13:00	16:00	03:00
10 z 13 Meta Ads – kampanie i optymalizacja	Zajęcia	Mateusz Rec	19-11-2026	08:00	09:00	01:00
11 z 13 SEO i treści marketingowe	Zajęcia	Mateusz Rec	19-11-2026	09:00	10:00	01:00
12 z 13 -	Przerwa	-	19-11-2026	10:00	10:30	00:30
13 z 13 -	Walidacja	-	19-11-2026	10:30	11:30	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	27:30
w tym suma godzin zajęć	23:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	32:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	181,82 PLN
Koszt osobogodziny netto	181,82 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	27:30

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

Mateusz Rec



Mateusz Rec posiada doświadczenie zawodowe w obszarze cyfryzacji procesów biznesowych, organizacji pracy przedsiębiorstw oraz wykorzystania narzędzi wspierających sprzedaż, marketing, obsługę klienta i zarządzanie operacyjne. Specjalizuje się w analizie procesów firmowych, projektowaniu usprawnień organizacyjnych oraz wdrażaniu rozwiązań cyfrowych wspierających codzienną pracę organizacji. W swojej działalności realizował projekty związane z analizą przepływu informacji, organizacją pracy zespołów, raportowaniem danych oraz wykorzystaniem systemów CRM, narzędzi do zarządzania zadaniami, komunikacji i automatyzacji procesów. Wspierał przedsiębiorstwa w identyfikowaniu obszarów wymagających usprawnień oraz w przygotowaniu organizacji do wdrażania nowych technologii i pracy w środowisku cyfrowym. Posiada doświadczenie w prowadzeniu szkoleń, warsztatów oraz konsultacji dla właścicieli firm, managerów i pracowników operacyjnych. Zakres prowadzonych działań obejmował m.in. analizę procesów biznesowych, organizację pracy na danych, projektowanie KPI i raportów zarządczych, wykorzystanie automatyzacji oraz praktyczne zastosowania narzędzi AI w środowisku biznesowym. Brał udział w projektach dotyczących usprawniania komunikacji między działami, standaryzacji procesów, poprawy jakości danych oraz zwiększania efektywności pracy organizacji poprzez wykorzystanie narzędzi cyfrowych i automatyzacji. Posiada kompetencje pozwalające na ocenę efektów uczenia się uczestników usług rozwojowy

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy mogą otrzymać następujące materiały:

1. Arkusz analizy źródeł leadów.
2. Checklistę konfiguracji UTM.
3. Checklistę pomiaru formularzy i zdarzeń na stronie.
4. Wzór raportu źródeł leadów.
5. Schemat ścieżki klienta od kampanii do formularza.
6. Checklistę landing page'a kampanijnego.
7. Szablon struktury strony pod segment klienta.
8. Checklistę Google Ads.
9. Checklistę Meta Ads.
10. Arkusz oceny skuteczności kampanii.
11. Szablon planu optymalizacji kampanii.
12. Checklistę SEO.
13. Checklistę AI i GEO dla treści.
14. Szablon planu treści edukacyjnych.
15. Listę rekomendacji optymalizacyjnych.
16. Kartę walidacji efektów uczenia się.
17. Raport podsumowujący i plan dalszych działań.

Adres

Bród Mały 3/A
16-402 Bród Mały
woj. podlaskie

Siedziba firmy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Darek Kowalski

E-mail d.kowalski@doszkolimy.pl

Telefon (+48) 603 101 595