



## Projektowanie Strategii Marketingowej i Lejka Pozyskiwania Klientów - szkolenie

Numer usługi 2026/06/02/188147/3603406

5 100,00 PLN brutto

5 100,00 PLN netto

318,75 PLN brutto/h

318,75 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

EDUVERO SPÓŁKA  
Z OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

28 ocen

📍 Olsztyn

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 22.08.2026 do 23.08.2026

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Marketing

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych marketingiem, reklamą i sprzedażą, które chcą zdobyć lub rozwinąć kompetencje związane z planowaniem strategii marketingowej oraz budowaniem procesów pozyskiwania klientów.

W szczególności szkolenie przeznaczone jest dla:

- specjalistów marketingu i komunikacji,
- pracowników działów sprzedaży i obsługi klienta,
- specjalistów social media i content marketingu,
- freelancerów i osób budujących markę osobistą,
- osób planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej,
- studentów i absolwentów kierunków związanych z marketingiem, mediami i zarządzaniem,
- wszystkich osób chcących rozwijać kompetencje w obszarze marketingu i sprzedaży.

### Minimalna liczba uczestników

1

### Maksymalna liczba uczestników

1

### Data zakończenia rekrutacji

21-08-2026

### 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

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego projektowania strategii marketingowej, planowania działań komunikacyjnych oraz budowania skutecznych procesów pozyskiwania klientów poprzez rozwój wiedzy z zakresu marketingu, customer journey, lejków sprzedażowych i budowania zaufania marki, a także nabycie umiejętności tworzenia działań wspierających rozwój sprzedaży i komunikacji z odbiorcami.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu strategii marketingowej oraz planowania działań promocyjnych	omawia elementy strategii marketingowej	Test teoretyczny
	definiuje cele marketingowe i ich znaczenie	Test teoretyczny
	rozdziela kanały komunikacji marketingowej	Test teoretyczny
	opisuje etapy planowania działań promocyjnych	Test teoretyczny
	wskazuje czynniki wpływające na skuteczność działań marketingowych	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą dotyczącą ścieżki klienta oraz procesów pozyskiwania odbiorców.	opisuje etapy Customer Journey	Test teoretyczny
	identyfikuje punkty styku klienta z marką	Test teoretyczny
	wyjaśnia mechanizmy budowania zaangażowania odbiorców	Test teoretyczny
	charakteryzuje etapy lejka marketingowego i sprzedażowego	Test teoretyczny
	omawia znaczenie budowania relacji z klientem	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje podstawowe założenia strategii marketingowej dla wybranej marki lub usługi	określa cele marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera odpowiednie kanały komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania promocyjne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dopasowuje komunikację do grupy odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uzasadnia proponowane rozwiązania marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
Analizuje ścieżkę klienta i projektuje działania wspierające proces pozyskiwania odbiorców	identyfikuje potrzeby klienta na poszczególnych etapach ścieżki zakupowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	określa punkty kontaktu klienta z marką	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania zwiększające zaangażowanie odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera rozwiązania wspierające konwersję	Obserwacja w warunkach symulowanych
	analizuje efektywność proponowanych działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykorzystuje narzędzia marketingowe do budowania wiarygodności i rozpoznawalności marki	planuje wykorzystanie referencji i portfolio	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera działania z zakresu content marketingu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykorzystuje elementy social proof	Obserwacja w warunkach symulowanych
	proponuje działania wzmacniające zaufanie do marki	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje podstawowe założenia komunikacji eksperckiej	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykazuje gotowość do podejmowania świadomych decyzji marketingowych opartych na analizie potrzeb odbiorców.	uwzględnia potrzeby i oczekiwania klientów podczas planowania działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje odpowiedzialność za przygotowywane rekomendacje marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dostrzega znaczenie budowania długofalowych relacji z odbiorcami	Obserwacja w warunkach symulowanych
	jest otwarty na analizę informacji zwrotnych i modyfikację działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przestrzega zasad etycznej komunikacji marketingowej	Obserwacja w warunkach symulowanych

## 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

Szkolenie koncentruje się na praktycznych aspektach tworzenia strategii marketingowej oraz projektowania skutecznych procesów pozyskiwania klientów. Uczestnicy poznają zasady planowania komunikacji marketingowej, budowania ścieżki klienta oraz tworzenia lejków sprzedażowych wspierających realizację celów biznesowych.

W trakcie szkolenia omawiane są zagadnienia związane z analizą zachowań odbiorców, projektowaniem doświadczeń klienta, doborem odpowiednich działań marketingowych oraz budowaniem długofalowych relacji z klientami. Uczestnicy uczą się również wykorzystywać narzędzia wspierające automatyzację komunikacji i organizację procesów marketingowych.

Program ma charakter praktyczny i pozwala uczestnikom zrozumieć, jak planować działania marketingowe prowadzące do zwiększania zaangażowania odbiorców, budowania wiarygodności marki oraz skutecznego pozyskiwania klientów.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy uwzględniono w harmonogramie i zostały wliczone w godziny szkolenia.

## Moduł 1. Fundamenty strategii marketingowej (teoria 2h, praktyka 1h)

- Rola strategii marketingowej w budowaniu przewagi konkurencyjnej
- Cele marketingowe i ich znaczenie
- Analiza potrzeb odbiorców
- Planowanie działań promocyjnych
- Kanały komunikacji marketingowej

## Moduł 2. Tworzenie strategii komunikacji marki (teoria 30min, praktyka 1h)

- Budowanie spójnej komunikacji
- Dobór komunikatów do grup docelowych
- Planowanie działań w różnych kanałach
- Dopasowanie przekazu do odbiorcy
- Tworzenie planu komunikacji

## Moduł 3. Customer Journey – ścieżka klienta (teoria 30min, praktyka 1h)

- Analiza procesu zakupowego
- Punkty styku klienta z marką
- Projektowanie doświadczeń klienta
- Budowanie zaangażowania odbiorców
- Identyfikacja potrzeb na poszczególnych etapach ścieżki klienta

## Moduł 4. Projektowanie procesu pozyskiwania klientów (praktyka 1h)

- Pozyskiwanie uwagi odbiorcy
- Budowanie zainteresowania ofertą
- Tworzenie relacji z potencjalnymi klientami
- Działania wspierające decyzję zakupową
- Konwersja odbiorcy na klienta

## Moduł 5. Lejek marketingowy i sprzedażowy (teoria 30min, praktyka 1h)

- Budowa lejka marketingowego
- Etapy lejka sprzedażowego
- Dobór działań do poszczególnych etapów
- Planowanie działań zwiększających skuteczność sprzedaży
- Analiza efektywności lejka

## Moduł 6. Automatyzacja i optymalizacja działań marketingowych (teoria 2h, praktyka 1h)

- Narzędzia wspierające komunikację marketingową
- Automatyzacja kontaktu z odbiorcami
- Planowanie kampanii marketingowych
- Organizacja procesów marketingowych
- Optymalizacja działań promocyjnych

## Moduł 7. Budowanie zaufania i wiarygodności marki (teoria 1h, praktyka 1h 15min)

- Social proof jako narzędzie marketingowe
- Wykorzystanie referencji i portfolio
- Content marketing w budowaniu relacji
- Tworzenie eksperckiego wizerunku marki
- Budowanie długofalowej wiarygodności

**walidacja (15min)**

Walidacja przeprowadzana jest na zakończenie szkolenia i obejmuje weryfikację wiedzy oraz umiejętności uczestnika.

**Część teoretyczna – test wiedzy (10 minut)** Uczestnik przystępuje do testu sprawdzającego znajomość zagadnień omawianych podczas szkolenia.

**Część praktyczna – obserwacja w warunkach symulowanych (5 minut)** Walidacja umiejętności odbywa się poprzez obserwację uczestnika podczas wykonywania zadania praktycznego.

Ocena prowadzona jest przez osobę przeprowadzającą walidację i obejmuje sposób wykorzystania zdobytej wiedzy w praktyce, poprawność doboru narzędzi oraz umiejętność formułowania rekomendacji marketingowych.

Warunkiem zaliczenia walidacji jest uzyskanie pozytywnego wyniku zarówno z części teoretycznej, jak i praktycznej.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne oraz przeprowadzony zostanie test sprawdzający wiedzę przed i po szkoleniu, którego ukończenie pozwoli Uczestnikom uzupełnienie i uporządkowanie dotychczasowej wiedzy.

Usługa prowadzona jest w formie ćwiczeń, zajęć praktycznych, wykładu oraz dyskusji z uczestnikami szkolenia.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 14</b> Moduł 1. Fundamenty strategii marketingowej	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	22-08-2026	08:00	11:00	03:00
<b>2 z 14</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	11:00	11:15	00:15
<b>3 z 14</b> Moduł 2. Tworzenie strategii komunikacji marki	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	22-08-2026	11:15	12:45	01:30
<b>4 z 14</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	12:45	13:15	00:30
<b>5 z 14</b> Moduł 3. Customer Journey – ścieżka klienta	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	22-08-2026	13:15	14:45	01:30
<b>6 z 14</b> -	Przerwa	-	22-08-2026	14:45	15:00	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 14 Moduł 4. Projektowanie procesu pozyskiwania klientów	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	22-08-2026	15:00	16:00	01:00
8 z 14 Moduł 5. Lejek marketingowy i sprzedażowy	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	23-08-2026	08:00	09:30	01:30
9 z 14 -	Przerwa	-	23-08-2026	09:30	09:45	00:15
10 z 14 Moduł 6. Automatyzacja i optymalizacja działań marketingowych	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	23-08-2026	09:45	12:45	03:00
11 z 14 -	Przerwa	-	23-08-2026	12:45	13:15	00:30
12 z 14 Moduł 7. Budowanie zaufania i wiarygodność i marki	Zajęcia	Joanna Rudziewicz	23-08-2026	13:15	15:30	02:15
13 z 14 -	Przerwa	-	23-08-2026	15:30	15:45	00:15
14 z 14 -	Walidacja	-	23-08-2026	15:45	16:00	00:15

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto</b>	5 100,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	5 100,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	318,75 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	318,75 PLN

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
<b>Liczba godzin zegarowych usługi</b>	16:00

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Joanna Rudziewicz

specjalistka ds. marketingu, strategii komunikacji oraz produkcji treści wizualnych. Od wielu lat aktywnie związana z branżą marketingową, gdzie zdobywała doświadczenie zarówno w pracy agencyjnej, jak i po stronie marek.

W ostatnich latach systematycznie podnosiła swoje kompetencje w obszarach nowoczesnego marketingu, w szczególności w zakresie strategii komunikacji cyfrowej, analityki marketingowej, budowania lejków sprzedażowych, content marketingu oraz projektowania komunikacji wizualnej. Rozwijała umiejętności związane z marketingiem efektywnościowym, e-commerce oraz tworzeniem spójnych strategii obecności marek w kanałach online.

Posiada praktyczne doświadczenie w realizacji kampanii marketingowych, zarządzaniu projektami, SEO, social media oraz produkcji materiałów foto i video dla firm i marek osobistych.

Obecnie prowadzi własną agencję marketingową Eleo Media, w ramach której realizuje strategie marketingowe B2B, działania wizerunkowe oraz projekty contentowe. Równolegle prowadzi szkolenia i warsztaty z zakresu marketingu, komunikacji marki oraz budowania skutecznych działań promocyjnych.

Specjalizuje się w łączeniu podejścia strategicznego z praktyką rynkową.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom podczas usługi oraz po jej realizacji.

## Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest bezpośredni zapis na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową.

## Informacje dodatkowe

Usługa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701).

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora lub Partnera Operatora w danym projekcie PSF lub w którymkolwiek Regionalnym Programie lub FERS albo przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Uczestnikom/-czkom projektu, kosztów dojazdu i zakwaterowania

## Adres

ul. Sprzętowa 6/1  
10-467 Olsztyn  
woj. warmińsko-mazurskie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

## Kontakt



**Leszek Śliwiński**

**E-mail** [szkolenia@eduvero.pl](mailto:szkolenia@eduvero.pl)

**Telefon** (+48) 720 450 441