



PROFITONIC Maciej Leonard

★★★★★ 4,8 / 5

740 ocen

Promocja marki lokalnej w social media z wykorzystaniem narzędzi AI - SZKOLENIE KOMPLEKSOWE.

Numer usługi 2026/06/02/119739/3603955

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 48:00 h
- 📅 13.07.2026 do 22.07.2026

9 900,00 PLN brutto

9 900,00 PLN netto

206,25 PLN brutto/h

206,25 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli oraz pracowników mikro, małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP), którzy chcą skutecznie promować swoją markę lokalną w mediach społecznościowych. Uczestnicy mogą być odpowiedzialni za marketing, sprzedaż, obsługę klienta lub dopiero rozpoczynać swoją przygodę z tworzeniem treści online. Szkolenie jest szczególnie przydatne dla osób chcących rozwijać kompetencje w zakresie komunikacji wizualnej, tworzenia treści graficznych i wideo oraz automatyzacji publikacji przy użyciu nowoczesnych narzędzi AI, takich jak Canva, ChatGPT czy CapCut. Dzięki praktycznym warsztatom uczestnicy zyskają umiejętności tworzenia spójnej identyfikacji wizualnej marki, angażujących materiałów wideo oraz efektywnego zarządzania obecnością online, co pozwoli im zwiększyć widoczność marki i pozyskiwać nowych klientów w swoim regionie.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

10

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 wyposażenie uczestników w praktyczne umiejętności tworzenia i zarządzania obecnością lokalnej marki w mediach społecznościowych, w tym projektowania spójnych treści wizualnych i wideo, wykorzystania narzędzi AI do automatyzacji publikacji oraz skutecznej komunikacji z klientami online. Uczestnicy nauczą się definiować strategię komunikacji, tworzyć angażujące treści dostosowane do grupy docelowej oraz optymalizować działania promocyjne w celu zwiększenia widoczności marki i

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
charakteryzuje zasady optymalizacji profilu społecznościowego i rolę wizytówki Google w budowaniu widoczności marki.	Wskazuje kluczowe elementy profilu i wizytówki	Test teoretyczny
opisuje funkcje narzędzi do tworzenia treści graficznych i wideo	Poprawnie dobiera narzędzie i opisuje jego funkcje	Test teoretyczny Obserwacja w warunkach rzeczywistych
planuje publikację treści w social media i konfiguruje automatyzacje komunikacji z klientami.	Przygotowuje harmonogram publikacji i ustawia automatyzacje w narzędziach	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik dobiera styl i formę treści do grupy docelowej, uwzględniając jej potrzeby i język komunikacji.	tworzy personę klienta i uzasadnia wybór formy treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
przygotowuje odpowiedzi na opinie klientów w sieci w sposób wspierający wizerunek marki.	Formułuje odpowiedź na opinię klienta	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?

Program

DZIEŃ 1 – Promowanie marki lokalnej w sieci i strategia komunikacji

BLOK 1: Marka lokalna w świecie online

- Czym jest **marka lokalna** w kontekście mediów społecznościowych.
- Jak budować **tożsamość marki opartej na autentyczności, zaufaniu i społeczności**.
- Jak łączyć **działania offline i online**, by klienci czuli realną bliskość z marką.

BLOK 2: Misja, wizja i strategia treści

- Określenie **misji i wizji marki** – po co istniejemy i jaką wartość wnosimy dla klientów.
- Tworzenie **filarów komunikacji** (np. edukacja, inspiracja, relacja).
- Jak przełożyć misję na język postów i wideo.
- Ćwiczenie: tworzenie krótkich wartości marki („kim jesteśmy i dlaczego warto nas śledzić”)

BLOK 3: Grupa docelowa i profil klienta

- Kim jest **nasz klient lokalny** – jak zrozumieć jego potrzeby, nawyki i język.
- Narzędzia do tworzenia **persony**:
- Jak dobrać styl komunikacji i formaty treści do konkretnych typów odbiorców
- Ćwiczenie: stworzenie opisu idealnego klienta

BLOK 4: Analiza i strategia działań na Facebooku

- Analiza obecnego profilu Facebook
- Wskazówki dotyczące **zwiększenia zasięgów organicznych** – formaty, interakcje, lokalne hasztagi, godziny publikacji

DZIEŃ 2 – Instagram: jak działa, jak go rozwijać i jak tworzyć angażujące treści

-

BLOK 1: Jak działa Instagram

- Dlaczego Instagram to najważniejszy kanał wizualny.
- Algorytm Instagrama 2025 – co wpływa na widoczność.
- Rola Reels, Stories i postów karuzelowych.

BLOK 2: Optymalizacja profilu

- Audyty profilu IG: bio, zdjęcie profilowe, opis, CTA, highlighty.
- Zabezpieczenie konta - o czym pamiętać
- Prawidłowe BIO - jak zoptymalizować profil by przyciągał klientów
- Relacje wyróżnione - czym są i co powinno się w nich znaleźć tak by Klient został dłużej na profilu

BLOK 3: Storytelling i relacje

- Jakie są główne zalety Instagram Stories dla zaangażowania? Jak opowiadać o marce przez emocje i codzienność.
- Jak tworzyć autentyczne relacje
- .Jakie treści najlepiej sprawdzają się w Stories?
- Ćwiczenie: zaprojektuj 3-/5-częściową serię Stories z CTA.

BLOK 4: Pomysły na treści i praca z ChatGPT

- Co to jest propmt?
- Jak stworzyć skuteczny propmt by uzyskać jak najlepszą odpowiedź
- Skąd brać pomysły na posty – źródła inspiracji (AI, trendy, pytania klientów).
- ChatGPT / Gemini w praktyce: generowanie pomysłów, opisów i CTA.
- Warsztat: każdy uczestnik tworzy 3 gotowe posty z pomocą AI.

DZIEŃ 3 – Canva i tworzenie spójności wizualnej marki

-

BLOK 1: Podstawy spójności wizualnej

- Jak budować identyfikację wizualną w social mediach.
- Kolory, typografia, styl zdjęć – psychologia wizualna w promocji lokalnej.
- Usystematyzowanie brand kitu (logo, czcionki, kolory, filtry).

BLOK 2: Canva w praktyce

- Tworzenie postów, karuzel i stories krok po kroku.
- Jak projektować własne szablony zamiast korzystać z gotowych.
- Praca z warstwami, zdjęciami i tekstami.

BLOK 3: Funkcje AI w Canvie

- Canva Magic Write, Magic Edit, Text to Image – automatyzacja projektowania.
- Jak pisać prompty graficzne do Canvy
- Ćwiczenie: stworzenie posta z użyciem funkcji AI.

BLOK 4: Warsztat fotograficzny

- Jak robić zdjęcia telefonem do social mediów: światło, tło, kadrowanie.
- Praktyka: uczestnicy fotografują produkty / rośliny i używają ich w projektach Canva.
- Tworzenie zestawu: 5 postów + 3 stories + okładki wyróżnionych relacji.

DZIEŃ 4 – Wideo telefonem: teoria i nagrania w praktyce

BLOK 1: Dlaczego wideo ma największy zasięg

- Wpływ wideo na decyzje zakupowe i zaufanie do marki.
- Jakiego rodzaju filmów warto tworzyć

BLOK 2: Scenariusze i przygotowanie do nagrań

- Struktura skutecznego filmu: HOOK – PROBLEM – ROZWIĄZANIE – CTA.
- Tworzenie storyboardu i listy ujęć.
- Przygotowanie planu nagrań i checklisty sprzętu.

BLOK 3: Techniczna strona nagrań

- Ustawienia telefonu (światło, ostrość, mikrofon, rozdzielczość).
- Kąt nagrania, kompozycja kadru, ujęcia B-roll.
- Ćwiczenie praktyczne: nagranie 15-sekundowego wideo produktowego.

BLOK 4: Wideo mówione – warsztat przed kamerą

- Zdefiniowanie celu wideo - kiedy wideo powinno być mówione
- Ustawienia telefonu i kompozycja obrazu
- Jak mówić do kamery naturalnie, z emocją i pewnością siebie.
- Co to jest voiceover? Kiedy warto go używać ?
- Ćwiczenie: nagraj 1-minutowe wideo poradnikowe lub storytellingowe.

DZIEŃ 5 – Montaż i wykorzystanie AI w wideo

BLOK 1: Wprowadzenie do montażu

- Przegląd aplikacji: CapCut, Edits by Instagram, Canva Video
- Etapy pracy nad filmem: selekcja ujęć, układ scen
- Struktura montażu: rytm, tempo, muzyka, przejścia.
- Ćwiczenie: analiza przykładowych reelsów z branży lokalnej (sklep, usługi)

BLOK 2: Montaż praktyczny

- Dodawanie napisów, efektów i muzyki.
- Kolorystyka, balans i filtry.
- Nagrywanie narracji głosowej (voice-over)
- Wstawianie ujęć b-roll i synchronizacja z głosem
- Dodawanie tekstów, grafik i logo
- Ćwiczenie: każdy uczestnik montuje swój film Reels z dnia 4.

BLOK 3: Funkcje AI w montażu

- CapCut AI: automatyczne cięcia, voiceover, autoteksty, smart captions.
- Canva Video – szybki montaż i szablony reels.

BLOK 4: Finalizacja projektu

- Eksport i optymalizacja wideo pod Instagram / Facebook.
- Publikacja testowa i analiza rytmu filmu.
- Feedback grupowy i omówienie błędów.

DZIEŃ 6 – Automatyzacja, planowanie i wizytówka Google

BLOK 1: Automatyzacja treści

- Narzędzia ułatwiające planowanie(m.in.Meta Business Suite)
- Jak tworzyć tygodniowy i miesięczny harmonogram postów.
- Planowanie automatycznych odpowiedzi i sekwencji wiadomości.

BLOK 2:ManyChat: automatyzacje krok po kroku

- Jakie zadania można zautomatyzować na Instagramie
- Jak ustawić automatyczne odpowiedzi na wiadomości, aby szybko odpowiadać na pytania użytkowników
- Zalety i pułapki automatyzacji

BLOK 3:Co to jest wizytówka Google i dlaczego MUSISZ ją mieć?

- Jak działa Google Moja Firma i gdzie wyświetla się wizytówka?
- Wpływ wizytówki na decyzje klientów
- Czym różni się dobra wizytówka od zapomnianej?
- Ćwiczenie:Uczestnicy edytują swoje wizytówki na żywo
- Jak zdobywać więcej opinii?
- Czy odpowiedź na opinię ma znaczenie? (ma!) Co robić z negatywnymi opiniami – schemat działania

BLOK 4: Warsztat końcowy

- Podsumowanie :Q&A

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	13-07-2026	08:00	15:00	07:00
2 z 14 -	Przerwa	-	13-07-2026	15:00	16:00	01:00
3 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	14-07-2026	08:00	15:00	07:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 14 -	Przerwa	-	14-07-2026	15:00	16:00	01:00
5 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	15-07-2026	08:00	15:00	07:00
6 z 14 -	Przerwa	-	15-07-2026	15:00	16:00	01:00
7 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	16-07-2026	08:00	15:00	07:00
8 z 14 -	Przerwa	-	16-07-2026	15:00	16:00	01:00
9 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	17-07-2026	08:00	14:00	06:00
10 z 14 -	Przerwa	-	17-07-2026	14:00	15:00	01:00
11 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	20-07-2026	08:00	14:00	06:00
12 z 14 -	Przerwa	-	20-07-2026	14:00	15:15	01:15
13 z 14 zajęcia	Zajęcia	Aleksandra Domanowska	22-07-2026	08:00	09:00	01:00
14 z 14 -	Walidacja	-	22-07-2026	09:15	10:00	00:45

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	41:00
w tym suma godzin walidacji	00:45
w tym suma przerw	06:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	55:30

Cennik

Cennik

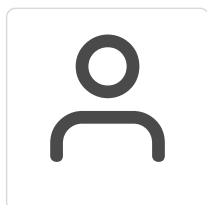
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 900,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	9 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	206,25 PLN
Koszt osobogodziny netto	206,25 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksandra Domanowska

Certyfikowany Social Media Manager z 3 letnim doświadczeniem oraz specjalistka w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji w marketingu i biznesie. Łączy wiedzę techniczną z kreatywnym podejściem do automatyzacji procesów i tworzenia treści z użyciem AI. Na co dzień pracuje z narzędziami opartymi na dużych modelach językowych, ucząc, jak tworzyć skuteczne prompty, analizować dane i wdrażać proste agentowe rozwiązania AI. Jej szkolenia są praktyczne, przystępne i nastawione na realne efekty w pracy uczestników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik otrzyma skrypt z materiałami szkolenia w formie papierowej.

Zgodnie z zakresem tematycznym usługi uczestnik będzie posiadał zapewniony dostęp do ćwiczeń

Zajęcia będą prowadzone metodami:

Metody oparte na słowie: wykład, opowiadanie, pogadanka, opis, dyskusja

Metody aktywizujące: burza mózgów, obserwacja, dyskusja

Metody interaktywne: nauczanie oparte o problem, mapę myśli

Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych z Funduszy Europejskich, warunkiem uczestnictwa jest zarejestrowanie i założenie konta w Bazie Usług Rozwojowych, zapisanie się na szkolenie za pośrednictwem Bazy oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora udzielającego dofinansowanie.

Informacje dodatkowe

Szkolenie kończy się walidacją w formie post- test'u. Absolwent szkolenia otrzymuje po pozytywnie zdanym post-teście (min.70 % punktów) oraz stwierdzeniu obecności na minimum 80% zajęć - zaświadczenie ukończenia szkolenia zgodnie z Rozporządzeniem Ministra Edukacji Narodowej z dnia 18 sierpnia 2017r. w sprawie kształcenia ustawicznego w formach pozaszkolnych.

Warunki techniczne

Szkolenie realizowane jest w formule zdalnej w czasie rzeczywistym z wykorzystaniem platformy WEBTOLEARN, ZOOM, TEAMS itp.

Uczestnik musi dysponować:

- komputerem lub laptopem z dostępem do Internetu,
- sprawną kamerą internetową oraz mikrofonem,
- głośnikami lub słuchawkami,
- aktualną przeglądarką internetową,
- zainstalowanym programem Microsoft Excel.

Minimalne wymagania dotyczące łącza internetowego:

- stabilne połączenie internetowe umożliwiające udział w transmisji audio i wideo w czasie rzeczywistym,
- rekomendowana minimalna prędkość łącza: 10 Mb/s.

Uczestnik przed rozpoczęciem szkolenia otrzyma link umożliwiający dołączenie do zajęć online

Kontakt



MACIEJ LEONARD

E-mail maciejleonard@gmail.com

Telefon (+48) 514 970 108