



Szkolenie: Marketing usług specjalistycznych i zarządzanie relacją z klientem

Numer usługi 2026/06/19/145277/3636857

1 736,00 PLN brutto
1 736,00 PLN netto
108,50 PLN brutto/h
108,50 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

grantUp Alicja Nowak

★★★★★ 5,0 / 5

1 060 ocen

📍 Nowa Sól

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 18.07.2026 do 19.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Osoby świadczące usługi specjalistyczne (np. branża beauty, zdrowie, doradztwo, usługi eksperckie), odpowiedzialni za marketing, obsługę klienta i rozwój relacji z klientami. Nie występują dodatkowe wymagania.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	2
Data zakończenia rekrutacji	17-07-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat ICVC - SURE (Standard Usług Rozwojowych w Edukacji): Norma zarządzania jakością w zakresie świadczenia usług rozwojowych

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do planowania i realizacji działań marketingowych, prowadzenia spójnej komunikacji marki, skutecznego wykorzystania kanałów komunikacji oraz organizacji pracy w przedsiębiorstwie świadczącym usługi specjalistyczne i rozwijającym działalność usługową, produktową oraz szkoleniową.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik opisuje podstawy budowania strategii marketingowej	Uczestnik wskazuje elementy strategii marketingowej dla usług specjalistycznych	Test teoretyczny
	Uczestnik określa grupy docelowe usług i produktów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik opisuje komunikację wartości marki	Test teoretyczny
	Uczestnik dobiera kanały komunikacji do rodzaju usług	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje i realizuje działania komunikacyjne	Uczestnik planuje działania komunikacyjne online i offline	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje harmonogram publikacji treści	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik tworzy spójne i angażujące treści marketingowe	Uczestnik tworzy komunikaty promujące usługi i produkty	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik stosuje język korzyści w treściach marketingowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik przygotowuje treści do social media, strony internetowej lub platformy rezerwacyjnej	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik lepiej wykorzystuje dostępne kanały marketingowe	Uczestnik rozróżnia funkcje poszczególnych kanałów komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wykorzystuje kanały takie jak social media, strona internetowa, sklep internetowy i Booksy do promocji usług	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik dobiera kanały komunikacji do celu marketingowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik wspiera sprzedaż usług i produktów poprzez komunikację	Uczestnik przygotowuje komunikację wspierającą sprzedaż usług premium	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wykorzystuje obsługę klienta jako element procesu sprzedażowego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik proponuje działania zwiększające zainteresowanie usługami i produktami	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik organizuje swoją pracę w sposób bardziej uporządkowany i efektywny	Uczestnik planuje zadania i działania marketingowe	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik ustala priorytety działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Uczestnik wykorzystuje narzędzia wspierające organizację pracy i systematyczność działań	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

Ramowy program usługi:

Moduł 1: Podstawy budowania strategii marketingowej

- specyfika marketingu usług specjalistycznych,
- budowanie strategii marketingowej,
- określanie celów działań marketingowych,
- analiza potrzeb klientów,
- budowanie przewagi konkurencyjnej,
- komunikacja wartości usług i produktów.

Moduł 2: Określenie grup docelowych i komunikacji wartości

- identyfikacja grup docelowych,
- potrzeby i oczekiwania klientów usług specjalistycznych,

- komunikacja wartości marki,
- dopasowanie komunikacji do odbiorcy,
- budowanie komunikacji eksperckiej,
- język korzyści w komunikacji marketingowej.

Moduł 3: Tworzenie spójnej komunikacji marki (online i offline)

- budowanie spójnego wizerunku marki,
- komunikacja marki w kanałach online i offline,
- tworzenie komunikatów marketingowych,
- spójność treści i identyfikacji wizualnej,
- budowanie rozpoznawalności marki,
- komunikacja usług premium.

Moduł 4: Social media w praktyce – planowanie treści i systematyczność

- planowanie publikacji w social media,
- przygotowywanie harmonogramu treści,
- systematyczność działań marketingowych,
- organizacja pracy przy tworzeniu treści,
- dobór tematów i formatów publikacji,
- wykorzystanie social media do budowania relacji z klientami.

Moduł 5: Tworzenie angażujących treści

- tworzenie postów i komunikatów marketingowych,
- przygotowywanie ofert usług i produktów,
- tworzenie treści wspierających sprzedaż,
- storytelling w komunikacji,
- przygotowywanie treści do social media, strony internetowej i Booksy,
- angażowanie odbiorców poprzez komunikację.

Moduł 6: Podstawy reklamy i promocji usług

- podstawy promocji usług specjalistycznych,
- działania reklamowe przy ograniczonym budżecie,
- dobór działań promocyjnych do rodzaju usług,
- zwiększanie widoczności marki,
- promocja usług premium,
- analiza skuteczności działań promocyjnych.

Moduł 7: Wykorzystanie kanałów komunikacji

- wykorzystanie strony internetowej w komunikacji marki,
- wykorzystanie sklepu internetowego w działaniach marketingowych,
- wykorzystanie platform rezerwacyjnych (np. Booksy),
- dobór kanałów komunikacji do celu marketingowego,
- integracja działań marketingowych w różnych kanałach,
- komunikacja z klientem online.

Moduł 8: Obsługa klienta jako element procesu sprzedażowego

- obsługa klienta w usługach specjalistycznych,
- komunikacja z klientem przed i po usłudze,
- budowanie relacji długoterminowych,
- personalizacja kontaktu z klientem,
- wykorzystanie obsługi klienta do zwiększania sprzedaży,
- zarządzanie opiniami i rekomendacjami klientów.

Moduł 9: Wprowadzenie usług premium i ich komunikacja

- charakterystyka usług premium,
- komunikacja wartości usług premium,
- budowanie doświadczenia klienta,
- prezentowanie oferty premium,

- zwiększanie wartości sprzedaży usług,
- budowanie wizerunku eksperckiego.

Moduł 10: Organizacja pracy i zarządzanie zadaniami

- organizacja działań marketingowych,
- planowanie i priorytetyzacja zadań,
- zarządzanie czasem pracy,
- organizacja harmonogramu działań,
- wykorzystanie narzędzi wspierających organizację pracy,
- zwiększanie systematyczności i efektywności działań.

Moduł 11: Walidacja

Formy walidacji:

- Test wiedzy.
- Obserwacja w warunkach symulowanych – zadanie praktyczne polegające na przygotowaniu działań marketingowych.

Sposób organizacji walidacji:

Walidacja składa się z dwóch części: testu teoretycznego oraz zadania praktycznego realizowanego w warunkach symulowanych pod nadzorem walidatora.

1. Test wiedzy

- Test ma formę pisemną i obejmuje pytania odnoszące się do zagadnień realizowanych podczas szkolenia.
- Warunkiem zaliczenia testu jest uzyskanie minimum **80% poprawnych odpowiedzi**.
- Oceniana jest poprawność merytoryczna udzielonych odpowiedzi oraz umiejętność zastosowania zdobytej wiedzy w praktycznych sytuacjach.

2. Zadanie praktyczne

Uczestnik samodzielnie przygotowuje plan działań marketingowych dla wskazanego przedsiębiorstwa lub usługi, uwzględniając cele marketingowe, dobór kanałów komunikacji, grupę docelową oraz proponowane działania promocyjne.

Walidator obserwuje przebieg realizacji zadania bez udzielania podpowiedzi i ocenia wykonanie według następujących kryteriów:

- poprawność merytoryczna przygotowanego planu,
- zgodność proponowanych działań z założonym celem marketingowym,
- właściwy dobór narzędzi i kanałów promocji,
- logiczność i spójność opracowanej strategii,
- samodzielność wykonania zadania.

Próg zaliczenia zadania praktycznego:

Uczestnik musi spełnić co najmniej **80% kryteriów oceny**, przy czym nie dopuszcza się błędów merytorycznych uniemożliwiających osiągnięcie celu marketingowego lub świadczących o braku opanowania podstawowych efektów uczenia się.

Warunkiem uzyskania pozytywnego wyniku walidacji jest zaliczenie obu części – testu teoretycznego oraz zadania praktycznego. Nieuzyskanie wymaganego progu w którejkolwiek części skutkuje negatywnym wynikiem walidacji. Jedna godzina szkolenia trwa 60 minut i jest godziną zegarową. Przerwy wliczają się w czas szkolenia. Czas poświęcony na walidację wlicza się do czasu szkolenia.

Liczba godzin zajęć teoretycznych: 4 godzin

Liczba godzin zajęć praktycznych: 9 godzin 30 minut

Przerwy: 2 godziny

Walidacja: 30 minut

Razem 16 godzin

Warunki organizacyjne: Szkolenie odbędzie się w profesjonalnie wyposażonej (tablica, rzutnik) sali szkoleniowej.

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w postaci skrypu w pierwszy dzień szkolenia.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 19

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 19 Moduł 1: Podstawy budowania strategii marketingowej - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	08:00	09:00	01:00
2 z 19 Moduł 2: Określenie grup docelowych i komunikacji wartości - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	09:00	09:30	00:30
3 z 19 Moduł 2: Określenie grup docelowych i komunikacji wartości - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	09:30	10:00	00:30
4 z 19 Moduł 3: Tworzenie spójnej komunikacji marki (online i offline) - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	10:00	10:30	00:30
5 z 19 Moduł 3: Tworzenie spójnej komunikacji marki (online i offline) - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	10:30	11:00	00:30
6 z 19 Moduł 4: Social media w praktyce – planowanie treści i systematyczność - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	11:00	12:00	01:00
7 z 19 -	Przerwa	-	18-07-2026	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 19 Moduł 5: Tworzenie angażujących treści - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	13:00	15:00	02:00
9 z 19 Moduł 6: Podstawy reklamy i promocji usług - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	15:00	15:30	00:30
10 z 19 Moduł 6: Podstawy reklamy i promocji usług - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	18-07-2026	15:30	16:00	00:30
11 z 19 Moduł 7: Wykorzystanie kanałów komunikacji - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	08:00	08:30	00:30
12 z 19 Moduł 7: Wykorzystanie kanałów komunikacji - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	08:30	09:00	00:30
13 z 19 Moduł 8: Obsługa klienta jako element procesu sprzedażowego - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	09:00	09:30	00:30
14 z 19 Moduł 8: Obsługa klienta jako element procesu sprzedażowego - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	09:30	12:00	02:30
15 z 19 -	Przerwa	-	19-07-2026	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 19 Moduł 9: Wprowadzenie usług premium i ich komunikacja - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	13:00	14:00	01:00
17 z 19 Moduł 10: Organizacja pracy i zarządzanie zadaniami - praktyka	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	14:00	15:00	01:00
18 z 19 Moduł 10: Organizacja pracy i zarządzanie zadaniami - teoria	Zajęcia	ALICJA NOWAK	19-07-2026	15:00	15:30	00:30
19 z 19 -	Walidacja	-	19-07-2026	15:30	16:00	00:30

Podsumowanie

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 736,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 736,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	108,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	108,50 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ALICJA NOWAK

Specjalizacja (związana z zakresem szkolenia marketingowego):

strategia marketingowa i budowanie marki MŚP, kształtowanie oferty i polityki cenowej, planowanie kampanii oraz działań promocyjnych, sprzedaż i obsługa klienta (w tym e-commerce) oraz standardy komunikacji, organizacja procesów sprzedażowo-marketingowych i elementy zarządzania jakością, komunikacja interpersonalna w marketingu i sprzedaży, praca ze stresem w kontakcie z klientem, budowanie i rozwój zespołów sprzedażowo-marketingowych.

Doświadczenie praktyczne:

10 lat doświadczenia w edukacji rynkowej – trenerka w obszarach: komunikacja dla biznesu, zarządzanie firmą i procesami, jakość, budowanie zespołu, sprzedaż, strategia firmy, marketingu.

W ciągu ostatnich pięciu lat przeprowadziła ponad 47 szkoleń w tematyce marketingu i zblizonej, w tym:

- strategia marki i komunikacja marketingowa dla MŚP,
- projektowanie oferty i ścieżki klienta (customer journey) w kanale tradycyjnym i online,
- standardy obsługi klienta oraz techniki sprzedaży (w tym dla e-commerce),
- organizacja procesu marketingowo-sprzedażowego i monitorowanie jakości działań.

Posiada nieprzerwane i ciągłe doświadczenie zawodowe zdobyte w ciągu ostatnich 5 lat.

Wykształcenie: magister zarządzania, specjalizacja: menedżer personalny

Profil zawodowy: specjalistka ds. zarządzania, sprzedaży i komunikacji w biznesie; pedagog i doradca zawodowy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w postaci skrypu w pierwszy dzień szkolenia.

Informacje dodatkowe

Dla osób korzystających z dofinansowania wymagana jest minimalna frekwencja na poziomie 80% zajęć, potwierdzone listą obecności.

Uczestnik po zakończeniu szkolenia otrzyma certyfikat.

Usługodawca jest płatnikiem podatku VAT. W przypadku uczestników, którzy mają dofinansowanie za środków publicznych, w wysokości min. 70%, zwolnienie z VAT następuje na podstawie: art. 43 ust. 1 pkt 29 ustawy o VAT oraz § 3 ust. 1 pkt 13 i 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r. poz. 701).

Adres

ul. Inżynierska 8/4
67-100 Nowa Sól
woj. lubuskie

Park Technologiczny INTERIOR

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja

Kontakt



Alicja Nowak

E-mail alicja.mnowak@gmail.com

Telefon (+48) 730 891 919