



Widoczność i pozyskiwanie klientów przez social media

Numer usługi 2026/06/22/7323/3642646

1 440,00 PLN brutto
 1 440,00 PLN netto
 90,00 PLN brutto/h
 90,00 PLN netto/h
 250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

SZKOŁA

COACHINGU

EDUKACYJNEGO

Lilianna Kupaj

★★★★★ 4,7 / 5

192 oceny

📄 Usługa szkoleniowa

📄 zdalna w czasie rzeczywistym

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 09.07.2026 do 10.07.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none"> • przedsiębiorcy i właściciele małych firm chcący zwiększyć widoczność swojej marki oraz skuteczniej pozyskiwać klientów, • freelancerzy i osoby prowadzące działalność usługową, które chcą budować rozpoznawalność w social mediach, • specjaliści, trenerzy, coachowie, terapeuci i eksperci rozwijający swoją markę osobistą, • osoby budujące markę ekspercką online i chcące komunikować swoją ofertę w sposób autentyczny i profesjonalny, • osoby prowadzące działalność edukacyjną, doradczą lub rozwojową, które chcą zwiększyć swoją obecność w mediach społecznościowych, • osoby chcące nauczyć się wykorzystywać social media do budowania relacji z odbiorcami oraz sprzedaży usług i produktów, • osoby rozpoczynające działania w social media.
Minimalna liczba uczestników	3
Maksymalna liczba uczestników	15
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest rozwój kompetencji związanych z tworzeniem treści, budowaniem społeczności oraz wykorzystywaniem mediów społecznościowych do zwiększania widoczności marki i pozyskiwania klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy plan komunikacji w social media	<ul style="list-style-type: none"> - określa cele komunikacyjne marki w mediach społecznościowych, - definiuje grupę odbiorców komunikacji, - wskazuje kluczowe tematy komunikacyjne zgodne z marką, - opracowuje plan komunikacji obejmujący minimum 4 tygodnie działań. 	Prezentacja
Projektuje ścieżkę pozyskiwania klientów	<ul style="list-style-type: none"> - identyfikuje etapy procesu pozyskiwania klienta, - wskazuje działania służące budowaniu zainteresowania ofertą, - określa punkty kontaktu klienta z marką, - opracowuje przykładową ścieżkę klienta od pierwszego kontaktu do zakupu usługi lub produktu. 	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
<p>Uczestnik wykorzystuje social media do budowania relacji i pozyskiwania klientów.</p> <p>Dobiera formaty treści do celów biznesowych</p>	<p>rozdzieli treści wizerunkowe, edukacyjne i sprzedażowe, przygotowuje komunikaty wspierające budowanie zaangażowania odbiorców, stosuje podstawowe zasady komunikacji sprzedażowej w social mediach, omawia sposoby budowania relacji z odbiorcami online.</p> <p>- rozdzieli podstawowe formaty treści wykorzystywane w social media (post, rolka, live, artykuł, newsletter, grafika),</p> <p>- przyporządkowuje formaty do określonych celów komunikacyjnych i sprzedażowych,</p> <p>- uzasadnia wybór formatów dla wybranej grupy odbiorców,</p> <p>- przygotowuje propozycję treści w minimum trzech różnych formatach.</p>	<p>Obserwacja w warunkach symulowanych</p> <p>Prezentacja</p>
Planuje harmonogram publikacji	<ul style="list-style-type: none"> - określa częstotliwość publikacji zgodną z celami marki, - planuje publikacje dla minimum jednego kanału komunikacji na okres jednego miesiąca, - uwzględnia różnorodność formatów i tematów treści, - przygotowuje harmonogram publikacji zawierający daty, tematykę i format publikacji. 	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje skuteczność działań	<ul style="list-style-type: none"> - identyfikuje podstawowe wskaźniki efektywności działań w social media (np. zasięg, zaangażowanie, liczba obserwujących, konwersja), - interpretuje wyniki wybranych działań komunikacyjnych, - wskazuje mocne strony i obszary wymagające poprawy, - formułuje rekomendacje dotyczące dalszych działań komunikacyjnych. 	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

Content marketing i budowanie marki w social media

Dzień 1

Moduł 1. Fundamenty content marketingu

Cel: Zrozumienie roli treści w budowaniu marki i relacji z odbiorcami.

Zakres:

- Czym jest content marketing?
- Rola wartościowych treści w budowaniu zaufania.
- Cele komunikacyjne w mediach społecznościowych.

- Lejek marketingowy i miejsce contentu na poszczególnych etapach.
- Najczęstsze błędy w komunikacji online.

Ćwiczenie:

- Analiza własnej komunikacji i celów biznesowych.

Moduł 2. Poznanie odbiorcy i jego potrzeb

Cel: Tworzenie treści odpowiadających na realne potrzeby klientów.

Zakres:

- Kim jest mój odbiorca?
- Tworzenie persony klienta.
- Potrzeby, problemy i motywacje odbiorców.
- Emocje w procesie podejmowania decyzji.
- Jak tworzyć treści, które rozwiązują problemy klientów?

Ćwiczenie:

- Opracowanie profilu idealnego klienta.

Moduł 3. Formaty treści w social media

Cel: Poznanie możliwości różnych formatów komunikacji.

Zakres:

- Posty edukacyjne.
- Rolki i krótkie materiały wideo.
- Grafiki i karuzele.
- Relacje (Stories).
- Transmisje live.
- Artykuły eksperckie i newslettery.

Ćwiczenie:

- Dopasowanie formatów do celów biznesowych.

Moduł 4. Tworzenie angażujących treści

Cel: Budowanie komunikatów przyciągających uwagę odbiorców.

Zakres:

- Zasady skutecznego copywritingu.
- Storytelling w mediach społecznościowych.
- Tworzenie nagłówków.
- Wezwania do działania (CTA).
- Jak zwiększać zaangażowanie odbiorców?

Ćwiczenie:

- Przygotowanie przykładowych postów i komunikatów.

Dzień 2

Moduł 5. Planowanie komunikacji i harmonogram publikacji

Cel: Organizowanie działań marketingowych w sposób strategiczny.

Zakres:

- Strategia publikacji.

- Filary komunikacji marki.
- Tworzenie kalendarza treści.
- Planowanie publikacji miesięcznych.
- Narzędzia wspierające planowanie.

Ćwiczenie:

- Opracowanie miesięcznego harmonogramu publikacji.

Moduł 6. Budowanie społeczności wokół marki

Cel: Tworzenie trwałych relacji z odbiorcami.

Zakres:

- Społeczność a grupa odbiorców.
- Jak budować zaangażowanie?
- Komunikacja oparta na dialogu.
- Moderowanie dyskusji.
- Budowanie lojalności i ambasadorów marki.

Ćwiczenie:

- Projekt działań angażujących społeczność.

Moduł 7. Pozyskiwanie klientów poprzez content marketing

Cel: Łączenie działań komunikacyjnych z celami sprzedażowymi.

Zakres:

- Ścieżka klienta od obserwatora do klienta.
- Lead magnety i materiały wartościowe.
- Budowanie zaufania przed sprzedażą.
- Oferta w komunikacji online.
- Najczęstsze błędy sprzedażowe w social media.

Ćwiczenie:

- Opracowanie ścieżki pozyskiwania klientów.

Moduł 8. Warsztat praktyczny – własna strategia content marketingowa

Cel: Integracja wiedzy i przygotowanie planu działań.

Zakres:

- Opracowanie indywidualnej strategii komunikacji.
- Dobór kanałów i formatów treści.
- Stworzenie miesięcznego planu publikacji.
- Przygotowanie ścieżki pozyskiwania klienta.
- Prezentacja projektu i omówienie.

Ćwiczenie końcowe:

- Prezentacja własnej strategii content marketingowej wraz z harmonogramem działań.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Moduł 1. Fundamenty content marketingu	Zajęcia	Justyna Kupaj	09-07-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 13 -	Przerwa	-	09-07-2026	11:00	11:15	00:15
3 z 13 Moduł 2. Poznanie odbiorcy i jego potrzeb	Zajęcia	Justyna Kupaj	09-07-2026	11:15	13:00	01:45
4 z 13 -	Przerwa	-	09-07-2026	13:00	14:00	01:00
5 z 13 Moduł 3. Formaty treści w social media	Zajęcia	Justyna Kupaj	09-07-2026	14:00	15:30	01:30
6 z 13 Moduł 4. Tworzenie angażujących treści	Zajęcia	Justyna Kupaj	09-07-2026	15:30	17:00	01:30
7 z 13 Moduł 5. Planowanie komunikacji i harmonogram publikacji	Zajęcia	Justyna Kupaj	10-07-2026	09:00	11:00	02:00
8 z 13 -	Przerwa	-	10-07-2026	11:00	11:15	00:15
9 z 13 Moduł 6. Budowanie społeczności wokół marki	Zajęcia	Justyna Kupaj	10-07-2026	11:15	13:00	01:45
10 z 13 Moduł 7. Pozyskiwanie klientów poprzez content marketing warsztaty	Zajęcia	Justyna Kupaj	10-07-2026	13:00	14:00	01:00
11 z 13 -	Przerwa	-	10-07-2026	14:00	15:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 13 Moduł 8. Warsztat praktyczny – własna strategia content marketingowa	Zajęcia	Justyna Kupaj	10-07-2026	15:00	16:00	01:00
13 z 13 -	Walidacja	-	10-07-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	12:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 440,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 440,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	90,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
---------------	---------------

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Justyna Kupaj

Justyna Kupaj – marketerka, project managerka oraz specjalistka komunikacji i budowania marek osobistych w mediach społecznościowych. Od ponad 5 lat zawodowo związana z marketingiem, strategią komunikacji oraz rozwojem marek w środowisku B2B, B2C i agencyjnym.

Swoją drogę zawodową rozpoczęła w firmie IT - Comarch, gdzie początkowo aplikowała na staż, a finalnie rozwijała się do roli Marketing Managera. Odpowiadała tam za rozwój działań marketingowych w sektorze IT i healthcare, tworzenie strategii marketingowych, działania lead generation, koordynację kampanii digitalowych oraz współpracę z działami sprzedaży i biznesu. Kolejnym etapem jej kariery była praca jako Project Manager w agencji marketingowej MTA Digital, gdzie prowadziła projekty marketingowe end-to-end dla klientów o bardzo różnej skali działalności – od dużych międzynarodowych marek i korporacji po małe polskie firmy rozwijające swoją obecność na rynku. Odpowiadała za zarządzanie projektami, koordynację zespołów specjalistycznych, komunikację z klientami, planowanie działań marketingowych oraz nadzór nad realizacją kampanii digitalowych i contentowych.

Od ponad 2 lat aktywnie rozwija własną markę osobistą w mediach społecznościowych jako twórczyni internetowa. Dzięki działaniom organicznym zbudowała społeczność obejmującą ponad 7 tysięcy obserwujących na Instagramie, ponad 11 tysięcy na TikToku oraz blisko 2 tysiące subskrybentów na YouTube. Na szkoleniach łączy doświadczenie korporacyjne, agencyjne, pokazując

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące prezentację multimedialną przygotowaną przez trenera oraz dodatkowe materiały wspierające proces uczenia się i wdrażania wiedzy w praktyce.

Materiały będą zawierały m.in.:

- prezentację omawianych zagadnień,
- przykłady komunikacji marek osobistych w social mediach,
- ćwiczenia i karty pracy,
- checklisty wspierające planowanie działań w mediach społecznościowych,
- przykładowe schematy tworzenia treści i planowania publikacji,
- materiały podsumowujące najważniejsze narzędzia i strategie omawiane podczas szkolenia.

Materiały zostaną przekazane uczestnikom w formie cyfrowej po zakończeniu szkolenia lub w trakcie realizacji usługi.

Warunki uczestnictwa

Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych zainteresowanych budowaniem marki osobistej oraz rozwijaniem widoczności swojej działalności w social mediach.

Warunkiem uczestnictwa jest:

- chęć rozwijania kompetencji związanych z komunikacją i budowaniem marki osobistej online,
- prowadzenie działalności gospodarczej, działalności eksperckiej lub planowanie rozpoczęcia działań w social mediach,
- dostęp do komputera lub urządzenia mobilnego z dostępem do internetu,
- podstawowe umiejętności korzystania z internetu i mediów społecznościowych.

Szkolenie nie wymaga specjalistycznej wiedzy z zakresu marketingu ani wcześniejszego doświadczenia w prowadzeniu działań promocyjnych online.

Informacje dodatkowe

- Obowiązek uczestnictwa w minimum 80% zajęć.
- Co najmniej średnie wykształcenie.
- Motywacja do rozwijania kompetencji komunikacyjnych, interpersonalnych, negocjacyjnych i prezentacyjnych oraz gotowość do aktywnego udziału w procesie edukacyjnym i praktycznym.
- Gotowość do udziału w ćwiczeniach praktycznych, symulacjach biznesowych, pracy warsztatowej.

W szkoleniu mogą uczestniczyć również osoby korzystające z dofinansowania w ramach projektów „Małopolski Pociąg do Kariery – Kierunek Kariera” oraz „Kierunek Kariera Zawodowa”, po spełnieniu warunków operatora i zapisaniu się na usługę poprzez BUR.

Czas trwania godziny usługi rozwojowej to 60 minut zegarowe (wliczają się przerwy).

Warunki techniczne

Warunki techniczne realizacji usługi:

Szkolenie prowadzone jest w trybie zdalnym z wykorzystaniem platformy **Zoom**, która umożliwia interaktywną pracę w grupach (m.in. w pokojach podziału, na tablicy interaktywnej oraz poprzez czat).

Wymagania dla uczestników:

- komputer, laptop lub tablet z dostępem do stabilnego Internetu (min. 5 Mb/s),
- kamera i mikrofon – niezbędne do aktywnego udziału w ćwiczeniach coachingowych,
- słuchawki – zalecane dla komfortu i jakości dźwięku,
- aktualna wersja aplikacji Zoom lub przeglądarki internetowej.

Materiały dydaktyczne: uczestnicy otrzymują wszystkie materiały w formie elektronicznej (prezentacje, karty pracy, ćwiczenia, testy).

Wsparcie techniczne: organizator zapewni instrukcję logowania i korzystania z platformy oraz bieżącą pomoc techniczną w razie problemów.

Bezpieczeństwo: każde spotkanie zabezpieczone jest indywidualnym linkiem i hasłem dostępu. W przypadku nagrań – dostęp do nich mają wyłącznie uczestnicy kursu w okresie jego trwania.

Kontakt



Justyna Kupaj

E-mail justynakgmt@gmail.com

Telefon (+48) 666 097 345