



HOUSE OF IMPACT  
SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

671 ocen

## Nowoczesna sprzedaż i marketing w wydawnictwie – obsługa klienta, marketing cyfrowy, wykorzystanie sztucznej inteligencji oraz rozwój sprzedaży książek

Numer usługi 2026/06/29/175925/3656466

📍 Dębogóra

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 48:00 h

📅 11.08.2026 do 16.08.2026

9 210,24 PLN brutto

7 488,00 PLN netto

191,88 PLN brutto/h

156,00 PLN netto/h

181,67 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

### Kategoria

Biznes / Zarządzanie zasobami ludzkimi

### Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do pracowników przedsiębiorstw prowadzących działalność wydawniczą, odpowiedzialnych za sprzedaż, marketing oraz obsługę klientów.

W szczególności do osób zatrudnionych na stanowiskach:

- pracownik obsługi sprzedaży,
- specjalista ds. marketingu,
- asystent zarządu,
- pracownik działu handlowego,
- pracownik odpowiedzialny za kontakt z klientem,
- osoby wspierające proces sprzedaży i promocji wydawnictwa.

Szkolenie dedykowane jest osobom chcącym rozwijać kompetencje sprzedażowe, marketingowe oraz cyfrowe, zwiększające efektywność codziennej pracy i jakość obsługi klientów.

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

10-08-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Certyfikat VCC Akademia Edukacyjna

# Cel

## Cel edukacyjny

Podniesienie kompetencji pracowników wydawnictwa w zakresie profesjonalnej obsługi klienta, sprzedaży doradczej, marketingu internetowego, wykorzystania nowoczesnych narzędzi cyfrowych i sztucznej inteligencji oraz efektywnej organizacji pracy, co przyczyni się do zwiększenia skuteczności działań sprzedażowych, poprawy jakości obsługi klientów oraz wzrostu konkurencyjności przedsiębiorstwa.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje zasady profesjonalnej obsługi klienta w kanałach online.	Rozpoznaje standardy komunikacji, dobiera właściwy sposób prowadzenia korespondencji oraz rozmowy telefonicznej.	Test teoretyczny
Uczestnik stosuje techniki sprzedaży doradczej podczas obsługi klientów.	Dobiera rekomendacje książek zgodnie z potrzebami klienta oraz wykorzystuje techniki dosprzedaży.	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje potrzeby różnych grup odbiorców wydawnictwa.	Identyfikuje grupy docelowe oraz dobiera odpowiednie działania marketingowe.	Test teoretyczny
Uczestnik planuje działania marketingowe wspierające sprzedaż produktów wydawniczych.	Opracowuje plan komunikacji marketingowej oraz dobiera odpowiednie kanały promocji.	Test teoretyczny
Uczestnik wykorzystuje media społecznościowe do promocji wydawnictwa.	Dobiera treści promocyjne odpowiednie do wybranego kanału komunikacji.	Test teoretyczny
Uczestnik wykorzystuje narzędzia sztucznej inteligencji do wspierania działań marketingowych i sprzedażowych.	Przygotowuje propozycje treści marketingowych oraz usprawnień z wykorzystaniem narzędzi AI.	Test teoretyczny
Uczestnik organizuje własną pracę oraz współpracę z innymi działami przedsiębiorstwa.	Dobiera rozwiązania usprawniające przepływ informacji oraz organizację pracy	Test teoretyczny
Uczestnik analizuje skuteczność prowadzonych działań sprzedażowych i marketingowych.	Wskazuje możliwości zwiększenia efektywności sprzedaży oraz poprawy jakości obsługi klientów.	Test teoretyczny
Uczestnik planuje wdrożenie nowych rozwiązań w przedsiębiorstwie.	Opracowuje plan działań wdrożeniowych możliwych do zastosowania po zakończeniu szkolenia.	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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### DZIEŃ I - Obsługa klienta online i sztuka dosprzedaży

#### **Moduł 1. Obsługa klienta online – standard i pierwsze wrażenie (10:00–11:30)**

- Różnice pomiędzy obsługą klienta online i stacjonarną.
- Budowanie pozytywnego pierwszego kontaktu z klientem.
- Standard odpowiedzi mailowych.
- Profesjonalna komunikacja telefoniczna.
- Obsługa wiadomości w mediach społecznościowych.
- Komunikacja z klientami zagranicznymi z krajów UE.

Przerwa (11:30-11:45)

#### **Kontynuacja modułu (11:45–13:15):**

- Analiza najczęściej popełnianych błędów.
- Tworzenie standardów komunikacji.
- Warsztat – redagowanie wiadomości mailowych.
- Ćwiczenia praktyczne.

Przerwa (13:15-13:45)

#### **Moduł 2. Sprzedaż doradcza i rekomendacja online (13:45–15:15)**

- Rozpoznawanie potrzeb klientów.
- Pytania otwarte i zamknięte.
- Technika trzech pytań.
- Dobór książek do potrzeb odbiorców.
- Budowanie wartości rekomendacji.

Przerwa (15:15-15:30)

#### **Kontynuacja modułu (15:30–17:00):**

- Rekomendowanie nowości wydawniczych.
- Sprzedaż telefoniczna.
- Sprzedaż poprzez e-mail.
- Sprzedaż poprzez komunikatory.

**Przerwa (17:00-17:15)**

### **Moduł 3. Upselling i cross-selling (17:15–18:00)**

- Techniki zwiększania wartości koszyka.
- Tworzenie zestawów książek.
- Sprzedaż kolejnych części serii.
- Ćwiczenia praktyczne.

## **DZIEŃ II - Marketing strategiczny, grupy docelowe i rozwój oferty**

### **Moduł 4. Poznanie grup docelowych (10:00–11:30)**

- Analiza odbiorców wydawnictwa.
- Segmentacja klientów.
- Persony zakupowe.
- Zachowania konsumentów.

**Przerwa (11:30-11:45)**

### **Kontynuacja modułu (11:45–13:15):**

- Budowanie person zakupowych.
- Analiza potrzeb klientów.
- Warsztat opracowania person.

**Przerwa (13:15-13:45)**

### **Moduł 5. Marketing strategiczny (13:45–15:15)**

- Kanały komunikacji.
- Marketing internetowy.
- Newsletter.
- SEO opisów książek.
- Budowanie kalendarza promocji.

**Przerwa (15:15-15:30)**

### **Kontynuacja modułu (15:30–17:00):**

- Promocja premier wydawniczych.
- Kampanie promocyjne.
- Tworzenie planów marketingowych.
- Warsztat planowania komunikacji.

**Przerwa (17:00-17:15)**

### **Moduł 6. Rozwój oferty wydawnictwa (17:15–18:00)**

- Planowanie nowych produktów.
- Pozycjonowanie oferty.
- Planowanie premier.
- Podsumowanie dnia.

## **DZIEŃ III - Marketing internetowy i tworzenie treści sprzedażowych**

### **Moduł 7. Copywriting sprzedażowy (10:00–11:30)**

- Zasady tworzenia atrakcyjnych opisów książek.
- Język korzyści.
- Storytelling w sprzedaży.
- Tworzenie skutecznych nagłówków.

**Przerwa (11:30-11:45)**

**Kontynuacja modułu (11:45–13:15):**

- Tworzenie opisów kategorii.
- Pisanie tekstów do sklepu internetowego.
- Warsztaty redagowania opisów produktów.

**Przerwa (13:15-13:45)**

## **Moduł 8. Media społecznościowe wydawnictwa (13:45–15:15)**

- Facebook.
- Instagram.
- LinkedIn.
- YouTube Shorts.
- Planowanie komunikacji.

**Przerwa (15:15-15:30)**

**Kontynuacja modułu (15:30–17:00):**

- Tworzenie harmonogramu publikacji.
- Budowanie zaangażowania odbiorców.
- Kampanie promujące premiery książkowe.

**Przerwa (17:00-17:15)**

## **Moduł 9. Ocena skuteczności działań marketingowych (17:15–18:00)**

- Analiza wyników sprzedaży.
- Monitorowanie zainteresowania ofertą.
- Wyciąganie wniosków do dalszych działań.

## **DZIEŃ IV - Wykorzystanie sztucznej inteligencji w sprzedaży i marketingu**

### **Moduł 10. AI w codziennej pracy (10:00–11:30)**

- Możliwości wykorzystania AI.
- Tworzenie treści.
- Redagowanie wiadomości.
- Tworzenie opisów książek.

**Przerwa (11:30-11:45)**

**Kontynuacja modułu (11:45–13:15):**

- Opracowywanie odpowiedzi dla klientów.
- Tworzenie FAQ.
- Wykorzystanie AI do planowania pracy.

**Przerwa (13:15-13:45)**

### **Moduł 11. AI w marketingu (13:45–15:15)**

- Tworzenie postów.
- Przygotowanie newsletterów.
- Scenariusze kampanii.
- Tworzenie sloganów.

**Przerwa (15:15-15:30)**

**Kontynuacja modułu (15:30–17:00):**

- Generowanie grafik.
- Narzędzia AI wspierające marketing.
- Ćwiczenia praktyczne.

**Przerwa (17:00-17:15)**

## **Moduł 12. Automatyzacja pracy (17:15–18:00)**

- Tworzenie szablonów.
- Organizacja pracy.
- Automatyzacja działań marketingowych.

## **DZIEŃ V - Organizacja pracy oraz budowanie relacji z klientem**

### **Moduł 13. Efektywna komunikacja (10:00–11:30)**

- Komunikacja wewnętrzna.
- Przepływ informacji.
- Współpraca pomiędzy działami.

**Przerwa (11:30-11:45)**

**Kontynuacja modułu (11:45–13:15):**

- Organizacja pracy zespołu.
- Zarządzanie zadaniami.
- Planowanie działań.

**Przerwa (13:15-13:45)**

### **Moduł 14. Budowanie relacji z klientem (13:45–15:15)**

- Długofalowa współpraca.
- Profesjonalna obsługa.
- Komunikacja po sprzedaży.

**Przerwa (15:15-15:30)**

**Kontynuacja modułu (15:30–17:00):**

- Obsługa reklamacji.
- Rozwiązywanie trudnych sytuacji.
- Budowanie lojalności klientów.

**Przerwa (17:00-17:15)**

### **Warsztaty praktyczne (17:15–18:00)**

- Symulacje rozmów.
- Analiza przypadków.
- Omówienie rozwiązań.

## **DZIEŃ VI - Rozwój sprzedaży i wdrażanie usprawnień**

### **Moduł 15. Analiza sprzedaży (10:00–11:30)**

- Ocena wyników sprzedaży.
- Analiza bestsellerów.
- Identyfikacja możliwości rozwoju.

**Przerwa (11:30-11:45)**

#### Kontynuacja modułu (11:45–13:15):

- Planowanie działań sprzedażowych.
- Rozwijanie oferty wydawnictwa.
- Poszukiwanie nowych możliwości sprzedaży.

#### Przerwa (13:15-13:45)

### Moduł 16. Budowanie przewagi konkurencyjnej (13:45–15:15)

- Jakość obsługi klienta.
- Wyróżniki oferty wydawnictwa.
- Rozwój marki.

#### Przerwa (15:15-15:30)

### Moduł 17. Warsztat wdrożeniowy (15:30–16:45)

Uczestnicy opracowują:

- propozycje usprawnienia własnego stanowiska pracy,
- plan zwiększenia sprzedaży,
- plan wykorzystania AI,
- plan działań marketingowych,
- propozycje nowych standardów obsługi klienta.

#### Przerwa (16:45-17:00)

## Podsumowanie szkolenia oraz walidacja (17:00–18:00)

## Warunki organizacyjne realizacji szkolenia

- Szkolenie będzie realizowane w formie warsztatowo-szkoleniowej, łączącej przekazywanie wiedzy teoretycznej z praktycznym doskonaleniem umiejętności uczestników poprzez ćwiczenia, analizę studiów przypadków oraz pracę na rzeczywistych sytuacjach związanych z obsługą klienta, sprzedażą książek, marketingiem internetowym oraz działalnością wydawniczą.
- Program szkolenia obejmuje pracę indywidualną i zespołową, ćwiczenia praktyczne, moderowane dyskusje, symulacje rozmów z klientami oraz warsztaty rozwijające kompetencje sprzedażowe, marketingowe, komunikacyjne, organizacyjne i cyfrowe, niezbędne do skutecznej realizacji procesów sprzedażowych, budowania relacji z klientami oraz promocji oferty wydawnictwa.
- Zajęcia będą prowadzone z wykorzystaniem prezentacji multimedialnych, materiałów szkoleniowych, arkuszy ćwiczeniowych oraz narzędzi cyfrowych wspierających sprzedaż, marketing i organizację pracy. W trakcie szkolenia uczestnicy poznają również praktyczne możliwości wykorzystania narzędzi opartych na sztucznej inteligencji w przygotowywaniu treści marketingowych, komunikacji z klientami oraz usprawnianiu codziennych obowiązków zawodowych.
- Organizator zapewnia każdemu uczestnikowi komplet materiałów szkoleniowych niezbędnych do realizacji programu oraz utrwalania zdobytej wiedzy i umiejętności. Materiały zostaną przekazane uczestnikom po zakończeniu realizacji usługi szkoleniowej w formie elektronicznej.
- Szkolenie zostanie przeprowadzone dla grupy liczącej maksymalnie **10 uczestników**.
- Łączny wymiar szkolenia wynosi **48 godzin zegarowych**, realizowanych podczas **6 dni szkoleniowych**. Program obejmuje część teoretyczną oraz praktyczną, ze szczególnym uwzględnieniem zagadnień związanych z profesjonalną obsługą klienta, sprzedażą doradcą, marketingiem internetowym, wykorzystaniem mediów społecznościowych, tworzeniem skutecznych treści sprzedażowych, wykorzystaniem sztucznej inteligencji w działalności wydawnictwa, organizacją pracy oraz budowaniem długotrwałych relacji z klientami.
- Warunkiem ukończenia szkolenia jest udział w wymaganej liczbie godzin zajęć oraz pozytywne przejście procesu walidacji potwierdzającego osiągnięcie zakładanych efektów uczenia się.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 54

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 54</b> Moduł 1. Obsługa klienta online – standard i pierwsze wrażenie	Zajęcia	Jan Kinal	11-08-2026	10:00	11:30	01:30
<b>2 z 54</b> -	Przerwa	-	11-08-2026	11:30	11:45	00:15
<b>3 z 54</b> Kontynuacja modułu 1.	Zajęcia	Jan Kinal	11-08-2026	11:45	13:15	01:30
<b>4 z 54</b> -	Przerwa	-	11-08-2026	13:15	13:45	00:30
<b>5 z 54</b> Moduł 2. Sprzedaż doradcza i rekomendacja online	Zajęcia	Jan Kinal	11-08-2026	13:45	15:15	01:30
<b>6 z 54</b> -	Przerwa	-	11-08-2026	15:15	15:30	00:15
<b>7 z 54</b> Kontynuacja modułu 2.	Zajęcia	Jan Kinal	11-08-2026	15:30	17:00	01:30
<b>8 z 54</b> -	Przerwa	-	11-08-2026	17:00	17:15	00:15
<b>9 z 54</b> Moduł 3. Upselling i cross-selling	Zajęcia	Jan Kinal	11-08-2026	17:15	18:00	00:45
<b>10 z 54</b> Moduł 4. Poznanie grup docelowych	Zajęcia	Jan Kinal	12-08-2026	10:00	11:30	01:30
<b>11 z 54</b> -	Przerwa	-	12-08-2026	11:30	11:45	00:15
<b>12 z 54</b> Kontynuacja modułu 4.	Zajęcia	Jan Kinal	12-08-2026	11:45	13:15	01:30
<b>13 z 54</b> -	Przerwa	-	12-08-2026	13:15	13:45	00:30
<b>14 z 54</b> Moduł 5. Marketing strategiczny	Zajęcia	Jan Kinal	12-08-2026	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 54 -	Przerwa	-	12-08-2026	15:15	15:30	00:15
16 z 54 Kontynuacja modułu 5.	Zajęcia	Jan Kinal	12-08-2026	15:30	17:00	01:30
17 z 54 -	Przerwa	-	12-08-2026	17:00	17:15	00:15
18 z 54 Moduł 6. Rozwój oferty wydawnictwa	Zajęcia	Jan Kinal	12-08-2026	17:15	18:00	00:45
19 z 54 Moduł 7. Copywriting sprzedażowy	Zajęcia	Jan Kinal	13-08-2026	10:00	11:30	01:30
20 z 54 -	Przerwa	-	13-08-2026	11:30	11:45	00:15
21 z 54 Kontynuacja modułu 7.	Zajęcia	Jan Kinal	13-08-2026	11:45	13:15	01:30
22 z 54 -	Przerwa	-	13-08-2026	13:15	13:45	00:30
23 z 54 Moduł 8. Media społecznościowe wydawnictwa	Zajęcia	Jan Kinal	13-08-2026	13:45	15:15	01:30
24 z 54 -	Przerwa	-	13-08-2026	15:15	15:30	00:15
25 z 54 Kontynuacja modułu 8.	Zajęcia	Jan Kinal	13-08-2026	15:30	17:00	01:30
26 z 54 -	Przerwa	-	13-08-2026	17:00	17:15	00:15
27 z 54 Moduł 9. Ocena skuteczności działań marketingowych	Zajęcia	Jan Kinal	13-08-2026	17:15	18:00	00:45
28 z 54 Moduł 10. AI w codziennej pracy	Zajęcia	Jan Kinal	14-08-2026	10:00	11:30	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
29 z 54 -	Przerwa	-	14-08-2026	11:30	11:45	00:15
30 z 54 Kontynuacja modułu 10.	Zajęcia	Jan Kinal	14-08-2026	11:45	13:15	01:30
31 z 54 -	Przerwa	-	14-08-2026	13:15	13:45	00:30
32 z 54 Moduł 11. AI w marketingu	Zajęcia	Jan Kinal	14-08-2026	13:45	15:15	01:30
33 z 54 -	Przerwa	-	14-08-2026	15:15	15:30	00:15
34 z 54 Kontynuacja modułu 11.	Zajęcia	Jan Kinal	14-08-2026	15:30	17:00	01:30
35 z 54 -	Przerwa	-	14-08-2026	17:00	17:15	00:15
36 z 54 Moduł 12. Automatyzacja pracy	Zajęcia	Jan Kinal	14-08-2026	17:15	18:00	00:45
37 z 54 Moduł 13. Efektywna komunikacja	Zajęcia	Jan Kinal	15-08-2026	10:00	11:30	01:30
38 z 54 -	Przerwa	-	15-08-2026	11:30	11:45	00:15
39 z 54 Kontynuacja modułu 13.	Zajęcia	Jan Kinal	15-08-2026	11:45	13:15	01:30
40 z 54 -	Przerwa	-	15-08-2026	13:15	13:45	00:30
41 z 54 Moduł 14. Budowanie relacji z klientem	Zajęcia	Jan Kinal	15-08-2026	13:45	15:15	01:30
42 z 54 -	Przerwa	-	15-08-2026	15:15	15:30	00:15
43 z 54 Kontynuacja modułu 14.	Zajęcia	Jan Kinal	15-08-2026	15:30	17:00	01:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
44 z 54 -	Przerwa	-	15-08-2026	17:00	17:15	00:15
45 z 54 Warsztaty praktyczne	Zajęcia	Jan Kinal	15-08-2026	17:15	18:00	00:45
46 z 54 Moduł 15. Analiza sprzedaży	Zajęcia	Jan Kinal	16-08-2026	10:00	11:30	01:30
47 z 54 -	Przerwa	-	16-08-2026	11:30	11:45	00:15
48 z 54 Kontynuacja modułu 15.	Zajęcia	Jan Kinal	16-08-2026	11:45	13:15	01:30
49 z 54 -	Przerwa	-	16-08-2026	13:15	13:45	00:30
50 z 54 Moduł 16. Budowanie przewagi konkurencyjnej	Zajęcia	Jan Kinal	16-08-2026	13:45	15:15	01:30
51 z 54 -	Przerwa	-	16-08-2026	15:15	15:30	00:15
52 z 54 Moduł 17. Warsztat wdrożeniowy	Zajęcia	Jan Kinal	16-08-2026	15:30	16:45	01:15
53 z 54 -	Przerwa	-	16-08-2026	16:45	17:00	00:15
54 z 54 -	Walidacja	-	16-08-2026	17:00	18:00	01:00

## Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	48:00
w tym suma godzin zajęć	39:30
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	07:30
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	54:00

# Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania i usługa stanowi usługę kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego wraz z usługą lub dostawą towarów ściśle związaną z usługami kształcenia zawodowego lub przekwalifikowania zawodowego to możesz mieć możliwość skorzystania za zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2024 r. o podatku od towarów i usług, jeśli usługa w całości jest finansowana ze środków publicznych lub § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień w przypadku, gdy usługa jest finansowana w co najmniej 70% ze środków publicznych.

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	9 210,24 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	7 488,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	191,88 PLN
Koszt osobogodziny netto	156,00 PLN

## Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	48:00

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Jan Kinal

Wykształcenie:

- Szkoła Przywództwa Instytutu Wolności (styczeń 2023 - czerwiec 2023)
- Sichuan University Fellowship in Chinese Language in School of Overseas Education (2018)
- Wyższa Szkoła Bankowa w Poznaniu Licencjat, Zarządzanie (2010 - 2013)

Doświadczenie:

- obecnie Członek Stowarzyszenia Badań i Zastosowań Sztucznej Inteligencji ARAAI z siedzibą w Poznaniu.

- (2009 - obecnie) założyciel Setugo.pl - Agencja content marketingu, Poznań Founder, CEO - Specjalizacja w tworzeniu treści marketingowych, grafiki oraz zarządzaniu mediami społecznościowymi.
  - (2015 - obecnie) współwłaściciel Giellatekstow.ai, Poznań Co-Owner
  - (marzec 2019 - grudzień 2022) HealthyBranding.pl, Poznań Partner Wprowadzenie innowacyjnych rozwiązań medycznych na rynek polski.
  - (maj 2014 - maj 2016) The Platta Law Firm, Nowy Jork Marketing Manager
- 07-2024 - obecnie prowadzenie licznych szkoleń z zakresu sztucznej inteligencji dla osób indywidualnych i przedsiębiorców. Zajęcia prowadzone są w formie warsztatowej. Szkolenia realizowane w ramach BUR są oceniane przez uczestników jako bardzo praktyczne, klarownie uporządkowane i nastawione na szybkie efekty.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Każdy z uczestników otrzymuje dedykowane materiały szkoleniowe (komplet dokumentów szkoleniowych w wersji pdf);

## Adres

ul. Dąbrówki 7/33  
62-006 Dębogóra  
woj. wielkopolskie

Sala konferencyjna

## Kontakt



**JACEK JASKÓLSKI**

**E-mail** [jacek@houseofimpact.co](mailto:jacek@houseofimpact.co)

**Telefon** (+48) 698 691 309