



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRANICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚĆ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 531 ocen

Strategiczne Pozycjonowanie Firmy IT – Analiza Rynku, Grupy Docelowej i Budowanie Przewagi Konkurencyjnej - szkolenie

Numer usługi 2026/07/01/156609/3663934

📍 Olsztyn

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 16:00 h

📅 02.09.2026 do 03.09.2026

4 200,00 PLN brutto

4 200,00 PLN netto

262,50 PLN brutto/h

262,50 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli firm IT i Software House, członków zarządów, menedżerów sprzedaży i marketingu, Business Development Managerów, Key Account Managerów, Project Managerów, konsultantów biznesowych oraz osób odpowiedzialnych za rozwój oferty, pozyskiwanie klientów i budowanie strategii rynkowej przedsiębiorstw świadczących usługi informatyczne. Szkolenie jest również odpowiednie dla osób planujących rozwój działalności w sektorze IT poprzez specjalizację usług oraz budowanie przewagi konkurencyjnej.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	01-09-2026
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 projektowania strategii pozycjonowania firmy IT poprzez rozwój wiedzy z zakresu analizy rynku, identyfikacji grup docelowych, definiowania profilu idealnego klienta, rozpoznawania potrzeb biznesowych odbiorców oraz tworzenia unikalnej propozycji wartości, a także planowania działań marketingowych i sprzedażowych wspierających budowanie przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu analizy rynku, segmentacji klientów oraz projektowania strategii pozycjonowania przedsiębiorstwa IT.	omawia zasady analizy rynku i identyfikacji segmentów klientów	Test teoretyczny
	charakteryzuje czynniki wpływające na wybór grupy docelowej	Test teoretyczny
	rozdziela elementy strategii pozycjonowania przedsiębiorstwa	Test teoretyczny
	opisuje etapy tworzenia profilu idealnego klienta	Test teoretyczny
	wyjaśnia znaczenie przewagi konkurencyjnej w działalności firmy IT	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą dotyczącą projektowania propozycji wartości oraz planowania działań marketingowych i sprzedażowych.	omawia zasady budowania propozycji wartości	Test teoretyczny
	wskazuje elementy skutecznej komunikacji marketingowej	Test teoretyczny
	opisuje proces zakupowy klienta usług IT	Test teoretyczny
	charakteryzuje zależności pomiędzy marketingiem i sprzedażą,	Test teoretyczny
	wyjaśnia rolę strategii w pozyskiwaniu klientów.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje rynek oraz identyfikuje grupę docelową i profil idealnego klienta dla przedsiębiorstwa IT.	analizuje potencjał wybranych segmentów rynku	Obserwacja w warunkach symulowanych
	określa cechy grupy docelowej	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje profil idealnego klienta	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje potrzeby i problemy klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	kwalifikuje klientów zgodnie z przyjętymi kryteriami	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje propozycję wartości oraz opracowuje założenia strategii pozycjonowania przedsiębiorstwa.	formułuje propozycję wartości odpowiadającą potrzebom klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje komunikat pozycjonujący ofertę	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera działania marketingowe wspierające strategię	Obserwacja w warunkach symulowanych
	planuje działania sprzedażowe zgodne z przyjętym pozycjonowaniem	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje plan wdrożenia założeń strategicznych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wykazuje gotowość do podejmowania decyzji strategicznych oraz współpracy przy budowaniu przewagi konkurencyjnej przedsiębiorstwa.	argumentuje proponowane rozwiązania strategiczne	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uwzględnia potrzeby klientów podczas projektowania działań biznesowych,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	współpracuje przy opracowywaniu strategii rozwoju przedsiębiorstwa,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje odpowiedzialność za jakość przygotowanych rozwiązań,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	jest otwarty na analizę informacji zwrotnych i doskonalenie opracowanej strategii.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyrażnie 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 wyrażnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Szkolenie „Strategiczne Pozycjonowanie Firmy IT – Analiza Rynku, Grupy Docelowej i Budowanie Przewagi Konkurencyjnej” skierowane jest do osób odpowiedzialnych za rozwój biznesu, sprzedaż i marketing w przedsiębiorstwach z branży IT. Program koncentruje się na budowaniu skutecznej strategii rynkowej opartej na świadomym wyborze grupy docelowej, analizie potrzeb klientów oraz projektowaniu wartości oferty odpowiadającej wymaganiom rynku.

Uczestnicy poznają metody analizy rynku i segmentacji klientów, uczą się identyfikować najbardziej perspektywiczne grupy odbiorców oraz tworzyć profil idealnego klienta. Szkolenie obejmuje również zagadnienia związane z analizą procesów zakupowych, rozpoznawaniem potrzeb biznesowych klientów oraz budowaniem komunikacji podkreślającej unikalne atuty przedsiębiorstwa.

Istotnym elementem programu są warsztaty praktyczne, podczas których uczestnicy opracowują strategię pozycjonowania dla własnej organizacji, projektują propozycję wartości oraz przygotowują działania wspierające marketing i sprzedaż. Zdobyte kompetencje umożliwiają skuteczniejsze planowanie rozwoju firmy, zwiększenie efektywności działań handlowych oraz budowanie trwałej przewagi konkurencyjnej na rynku usług IT.

Moduł 1. Analiza rynku i identyfikacja potencjału rozwoju

- Analiza otoczenia rynkowego branży IT
- Identyfikacja segmentów rynku i ich charakterystyka
- Ocena potencjału biznesowego poszczególnych segmentów
- Analiza konkurencji i trendów rynkowych
- Wybór kierunków rozwoju przedsiębiorstwa

Moduł 2. Definiowanie grupy docelowej i profilu idealnego klienta

- Określanie cech idealnego klienta
- Analiza wielkości, branży i dojrzałości organizacji
- Identyfikacja osób decyzyjnych w procesie zakupowym
- Tworzenie profilu klienta o najwyższym potencjale współpracy
- Kwalifikacja klientów zgodnie z przyjętymi kryteriami

Moduł 3. Analiza potrzeb i procesów zakupowych klientów

- Identyfikacja problemów biznesowych klientów
- Analiza potrzeb i oczekiwań odbiorców usług IT
- Rozpoznawanie motywacji zakupowych i czynników wpływających na decyzje

- Mapowanie procesu zakupowego klienta
- Określanie wartości oczekiwanej przez klienta

Moduł 4. Projektowanie unikalnej wartości oferty

- Identyfikacja mocnych stron przedsiębiorstwa
- Przekład kompetencji technicznych na korzyści biznesowe
- Tworzenie unikalnej propozycji wartości
- Budowanie przewagi konkurencyjnej
- Opracowanie komunikatu pozycjonującego ofertę

Moduł 5. Dopasowanie strategii do działań marketingowych i sprzedażowych

- Przeniesienie strategii na komunikację marketingową
- Spójność działań sprzedażowych i marketingowych
- Projektowanie pierwszych punktów kontaktu z klientem
- Tworzenie standardów kwalifikacji leadów
- Opracowanie materiałów wspierających proces sprzedaży

Moduł 6. Warsztat strategiczny

- Opracowanie profilu idealnego klienta dla własnej firmy
- Analiza wybranego segmentu rynku
- Projektowanie propozycji wartości
- Przygotowanie komunikatu marketingowego
- Prezentacja i omówienie opracowanych strategii

Moduł 7. Wdrożenie strategii i monitorowanie efektów

- Planowanie wdrożenia opracowanej strategii
- Wyznaczanie wskaźników skuteczności działań
- Analiza informacji zwrotnych od klientów
- Aktualizacja założeń strategicznych
- Podsumowanie szkolenia oraz sesja pytań i odpowiedzi

Walidacja (15min)

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest na podstawie testu wiedzy oraz oceny zadań praktycznych realizowanych podczas szkolenia. Test wiedzy umożliwia weryfikację znajomości zagadnień związanych z projektowaniem oferty, analizą rentowności, strategiami zwiększania zysku oraz zasadami optymalizacji kosztów i zrównoważonego zarządzania zasobami.

Dla lepszego przyswojenia programu szkoleń Uczestnicy otrzymają materiały dydaktyczne.

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

Dodatkowe warunki przystąpienia do szkolenia - podstawowa znajomość obsługi komputera.

Usługa realizowana jest w godzinach zegarowych. Przerwy zostały wliczone do godzin usługi rozwojowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 12

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Moduł 1. Analiza rynku i identyfikacja potencjału rozwoju	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	02-09-2026	08:30	11:00	02:30
2 z 12 -	Przerwa	-	02-09-2026	11:00	11:30	00:30
3 z 12 Moduł 2. Definiowanie grupy docelowej i profilu idealnego klienta	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	02-09-2026	11:30	13:00	01:30
4 z 12 Moduł 3. Analiza potrzeb i procesów zakupowych klientów	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	02-09-2026	13:00	14:00	01:00
5 z 12 -	Przerwa	-	02-09-2026	14:00	14:30	00:30
6 z 12 Moduł 4. Projektowanie unikalnej wartości oferty	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	02-09-2026	14:30	16:30	02:00
7 z 12 Moduł 5. Dopasowanie strategii do działań marketingowych i sprzedażowych	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	03-09-2026	08:30	10:30	02:00
8 z 12 -	Przerwa	-	03-09-2026	10:30	11:00	00:30
9 z 12 Moduł 6. Warsztat strategiczny	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	03-09-2026	11:00	13:30	02:30
10 z 12 -	Przerwa	-	03-09-2026	13:30	14:00	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 12 Moduł 7. Wdrożenie strategii i monitorowanie efektów	Zajęcia	Krzysztof Szewczak	03-09-2026	14:00	16:00	02:00
12 z 12 -	Walidacja	-	03-09-2026	16:00	16:30	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	4 200,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	262,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	262,50 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Szewczak

przedsiębiorca, inwestor oraz trener i konsultant. Pasjonat metod rozwijania biznesu i zwiększania ich efektywności. Naprawia i poprawia rentowność oraz płynność finansową firm.

W biznesie od 2009 roku, kiedy to założył swój pierwszy biznes. Od podstaw budował firmy usługowe, prowadził je, sprzedawał, dołączał do innych jako udziałowiec. Konsultował i szkolił w przedsiębiorstwach o przeróżnych profilach działalności, od mikro po największe w Polsce korporacje.

Wśród jego klientów znajdują się m.in. takie firmy, jak LPP, Szachownica, Homla, Generali, Aviva, Exorigo Upos, TÜV Rheinland Polska.

W swojej karierze zawodowej pracował m.in. w działach personalnych polskich firm o zasięgu międzynarodowym. Przez ostatnie kilkanaście lat miał okazję tworzyć lub rozwijać firmy z branż edukacyjnej, księgowej, IT, czy budowlanej. Ponadto szkolił lub konsultował na rzecz firm m.in. z branż: odzieżowej, ubezpieczeniowej, certyfikacji systemów jakości, outsourcingu czy serwisu IT, biur rachunkowych, bankowej, marketingu, gastronomii, czy nieruchomości.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione dla uczestników 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 przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub 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).

Adres

ul. Wincentego Pstrowskiego 18/6

10-601 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967