



Maritime Consulting
Poland Dariusz
Kowalski
★★★★★ 4,8 / 5
1 707 ocen

Zastosowania AI w sprzedaży, marketingu, analizie danych i komunikacji w obsłudze klienta.

Numer usługi 2026/07/13/21381/3685829

📍 Bród Mały
🏢 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 24:00 h
📅 09.12.2026 do 11.12.2026

5 000,00 PLN brutto
5 000,00 PLN netto
208,33 PLN brutto/h
208,33 PLN netto/h
225,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Sprzedaż
Grupa docelowa usługi	Usługa jest skierowana do pracowników, managerów, liderów zespołów, członków zarządu i osób odpowiedzialnych za codzienną pracę w procesach objętych usprawnieniem lub wdrożeniem. Grupą docelową są osoby korzystające z narzędzi cyfrowych, systemów pracy, procesów sprzedażowych, marketingowych, usługowych, operacyjnych, administracyjnych, dokumentowych, raportowych lub zarządczych.
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	08-12-2026
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

Usługa przygotowuje uczestników do praktycznego stosowania uzgodnionego modelu pracy w procesach organizacyjnych oraz narzędziach informatycznych wykorzystywanych w firmie. Po zakończeniu szkolenia uczestnicy będą potrafili samodzielnie wykonywać zadania związane z obsługą systemów, w tym wprowadzaniem i aktualizacją

danych, zarządzaniem statusami i zadaniami, raportowaniem oraz wykorzystaniem dostępnych funkcji automatyzacji procesów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje strukturę systemu CRM oraz zasady organizacji danych klienta (firma, osoba, szansa, segmenty, źródła kontaktu).	definiuje strukturę danych w CRM (firma, osoba, szansa),	Test teoretyczny
	klasyfikuje klientów do segmentów (B2C, B2B, deweloper, wspólnota, klient niestandardowy),	Test teoretyczny
	przypisuje pola dodatkowe do typów klientów	Test teoretyczny
	utrzymuje spójność danych w systemie	Test teoretyczny
	stosuje konwencje nazewnictwa i standardy organizacji danych.	Test teoretyczny
Definiuje proces sprzedaży oraz projektuje i prowadzi lejek sprzedażowy w CRM zgodnie z etapami i kryteriami przejścia.	definiuje etapy procesu sprzedaży	Test teoretyczny
	określa kryteria przejścia między etapami,	Test teoretyczny
	prowadzi szanse sprzedażowe,	Test teoretyczny
	uzupełnia pola krytyczne szansy	Test teoretyczny
	analizuje przebieg procesu w CRM.	Test teoretyczny
Mapuje i wdraża niestandardowe procesy obsługi klientów w CRM dostosowane do różnych segmentów i ścieżek sprzedażowych.	rozróżnia procesy obsługi klienta	Test teoretyczny
	przypisuje proces do segmentu	Test teoretyczny
	mapuje proces serwis- sprzedaż	Test teoretyczny
	identyfikuje przypadki niestandardowe	Test teoretyczny
	wdraża ścieżki procesowe	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Organizuje codzienną pracę operacyjną w CRM poprzez zarządzanie zadaniami, follow-upami oraz komunikacją zgodnie ze standardami organizacji.	stosuje standardy follow-up	Test teoretyczny
	zarządza zadaniami i terminami	Test teoretyczny
	stosuje role i uprawnienia	Test teoretyczny
	porządkuje notatki i komunikację	Test teoretyczny
	utrzymuje dyscyplinę pracy w CRM	Test teoretyczny
Analizuje dane sprzedażowe oraz wykorzystuje KPI i dashboardy do oceny procesów i podejmowania decyzji biznesowych	interpretuje KPI,	Test teoretyczny
	korzysta z dashboardów	Test teoretyczny
	analizuje wyniki sprzedaży	Test teoretyczny
	ocenia skuteczność etapów	Test teoretyczny
	wykorzystuje dane do wnioskowania.	Test teoretyczny
Wdraża automatyzacje oraz wykorzystuje narzędzia AI w CRM w celu optymalizacji procesów sprzedażowych i obsługi klienta.	stosuje automatyczne zadania	Test teoretyczny
	wykorzystuje AI w analizie danych	Test teoretyczny
	integruje automatyzacje z CRM	Test teoretyczny
	redukuje czynności manualne	Test teoretyczny
	stosuje narzędzia zgodnie ze standardem.	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 rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

MODUŁ 1 – Model operacyjny i struktura danych klienta

Zakres:

- filozofia CRM (firma / osoba / szansa)
- segmentacja klientów (B2C, B2B, deweloper, serwis itd.)
- pola dodatkowe dla segmentów
- źródła kontaktów
- standardy nazewnictwa i duplikaty
- struktura skrzynek mailowych

MODUŁ 2 – Proces sprzedaży i lejek CRM

Zakres:

- mapa procesu sprzedaży
- definicja etapów lejka
- kryteria przejścia między etapami
- pola krytyczne szanse
- statusy: wstrzymana vs przegrana
- powody przegranych
- konwencja nazewnictwa szans

MODUŁ 3 – Procesy niestandardowe

Zakres:

- obsługa deweloperów i inwestorów
- wspólnoty i zarządcy nieruchomości
- proces serwis → sprzedaż
- klienci powracający
- równoległe projekty klienta

MODUŁ 4 – Standardy pracy i automatyzacje

Zakres:

- codzienna praca handlowca w CRM
- standardy follow-up
- automatyczne zadania
- higiena zadań
- role i uprawnienia
- notatki i przekazywanie klientów

MODUŁ 5 – KPI i raportowanie

Zakres:

- KPI handlowców i zespołu
- statystyki lejka
- skuteczność etapów sprzedaży
- dashboardy (handlowiec vs zarząd)
- analiza utraconych szans
- raportowanie na spotkania sprzedażowe

MODUŁ 6 – Konfiguracja CRM (warsztat wdrożeniowy)

Zakres:

- wdrożenie ustaleń do systemu
- konfiguracja pól, lejków i widoków
- testy działania CRM
- praca na danych organizacji

MODUŁ 7 – Środowisko marketingowe i analityka

Zakres:

- konfiguracja narzędzi marketingowych
- integracje reklamowe i analityczne
- przygotowanie środowiska kampanii
- wdrożenie planu marketingowego

MODUŁ 8 – Walidacja i podsumowanie

Zakres:

- test wiedzy
- analiza wdrożenia
- omówienie wyników
- rekomendacje dalszych działań

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 18

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 18 Struktura danych CRM	Zajęcia	Mateusz Rec	09-12-2026	08:00	10:00	02:00
2 z 18 -	Przerwa	-	09-12-2026	10:00	10:30	00:30
3 z 18 model operacyjny CRM, segmenty, struktura danych	Zajęcia	Mateusz Rec	09-12-2026	10:30	12:15	01:45
4 z 18 -	Przerwa	-	09-12-2026	12:15	12:45	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 18 Struktury, pola, segmenty, źródła kontaktów	Zajęcia	Mateusz Rec	09-12-2026	12:45	16:00	03:15
6 z 18 Proces sprzedaży i lejek	Zajęcia	Mateusz Rec	10-12-2026	08:00	10:00	02:00
7 z 18 -	Przerwa	-	10-12-2026	10:00	10:30	00:30
8 z 18 mapa procesu sprzedaży, etapy, kryteria przejścia	Zajęcia	Mateusz Rec	10-12-2026	10:30	12:15	01:45
9 z 18 -	Przerwa	-	10-12-2026	12:15	12:30	00:15
10 z 18 Proces sprzedaży i konstrukcja lejka w CRM	Zajęcia	Mateusz Rec	10-12-2026	12:30	14:30	02:00
11 z 18 -	Przerwa	-	10-12-2026	14:30	15:00	00:30
12 z 18 Proces sprzedaży i konstrukcja lejka w CRM	Zajęcia	Mateusz Rec	10-12-2026	15:00	16:00	01:00
13 z 18 Procesy niestandardowe	Zajęcia	Mateusz Rec	11-12-2026	08:00	10:30	02:30
14 z 18 -	Przerwa	-	11-12-2026	10:30	11:00	00:30
15 z 18 procesy: deweloper, serwis, wspólnoty, przypadki specjalne	Zajęcia	Mateusz Rec	11-12-2026	11:00	13:45	02:45
16 z 18 -	Przerwa	-	11-12-2026	13:45	14:15	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
17 z 18 mapowanie procesów niestandardowych	Zajęcia	Mateusz Rec	11-12-2026	14:15	15:00	00:45
18 z 18 -	Walidacja	-	11-12-2026	15:00	16:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	19:45
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	03:15
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	27:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	208,33 PLN
Koszt osobogodziny netto	208,33 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Mateusz Rec

Mateusz Rec posiada doświadczenie zawodowe (od ok. 2020 r. do chwili obecnej) w obszarze cyfryzacji procesów biznesowych, organizacji pracy przedsiębiorstw oraz wdrażania narzędzi wspierających sprzedaż, marketing, obsługę klienta i zarządzanie operacyjne. Specjalizuje się w analizie i usprawnianiu procesów, wdrażaniu rozwiązań cyfrowych oraz pracy z systemami CRM, raportowaniem i automatyzacją. W latach 2020–2026 realizował projekty związane z organizacją pracy zespołów, analizą danych, standaryzacją procesów oraz wdrażaniem narzędzi cyfrowych i AI w biznesie. Prowadził również szkolenia i warsztaty dla firm i kadry zarządzającej. Posiada doświadczenie pozwalające na ocenę efektów uczenia się uczestników usług rozwojowych.

3 z 3

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W ramach szkolenia uczestnicy otrzymują komplet materiałów wspierających pracę w systemie CRM oraz utrwalających sposób jego wykorzystania w codziennej pracy.

1. Materiały merytoryczne ze szkolenia

- podsumowania kluczowych modułów szkoleniowych
- omówienie modelu danych klienta (firma / osoba / szansa)
- opis struktury lejka sprzedażowego
- standardy pracy operacyjnej w CRM
- zasady prowadzenia szans sprzedażowych i follow-upów

Warunki uczestnictwa

Usługa jest skierowana do pracowników, managerów, liderów zespołów, członków zarządu i osób odpowiedzialnych za codzienną pracę w procesach objętych usprawnieniem lub wdrożeniem.

Grupą docelową są osoby korzystające z narzędzi cyfrowych, systemów pracy, procesów sprzedażowych, marketingowych, obsługowych, operacyjnych, administracyjnych, dokumentowych, raportowych lub zarządczych.

Adres

Bród Mały 3A
16-402 Bród Mały
woj. podlaskie

Siedziba firmy

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Dariusz Kowalski

E-mail d.kowalski@doszkolimy.pl

Telefon (+48) 603 101 595