



IT ENGINEERING &
CONSULTING
SPÓŁKA Z
OGRA NICZONĄ
ODPOWIEDZIALNOŚ
CIĄ

★★★★★ 4,9 / 5

1 543 oceny

Sales Campaign Master – Budowanie Skutecznych Kampanii Sprzedażowych dla Produktów Online – szkolenie - szkolenie

Numer usługi 2026/08/03/156609/3726243

- 📄 Usługa szkoleniowa
- 📖 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 24:00 h
- 📅 08.10.2026 do 13.10.2026

5 620,00 PLN brutto
5 620,00 PLN netto
234,17 PLN brutto/h
234,17 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób prowadzących lub planujących rozpoczęcie działalności gospodarczej w przestrzeni online, które chcą skutecznie promować i sprzedawać swoje produkty lub usługi w internecie. Uczestnikami mogą być właściciele mikro i małych firm, freelancerzy, osoby prowadzące sklepy internetowe, a także twórcy rękodzieła, kosmetolodzy, trenerzy, dietetycy, edukatorzy i inni specjaliści, którzy chcą nauczyć się budować przemyślane i efektywne kampanie sprzedażowe.

Szkolenie dedykowane jest również osobom, które posiadają podstawową wiedzę na temat marketingu internetowego i chcą ją uporządkować oraz rozwinąć o praktyczne narzędzia i strategię. Uczestnicy nie muszą mieć zaawansowanych umiejętności technicznych – wystarczy otwartość na naukę i chęć rozwijania własnego biznesu w sieci. Szczególnie skorzystają osoby, które chcą zwiększyć widoczność swoich ofert, poprawić konwersję i tworzyć kampanie, które nie tylko przyciągają uwagę, ale przede wszystkim – sprzedają.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

07-10-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego projektowania, planowania, realizacji oraz optymalizacji kampanii sprzedażowych dla produktów online poprzez wykorzystanie metod budowania ofert sprzedażowych, projektowania ścieżek zakupowych, planowania komunikacji marketingowej, zarządzania przebiegiem kampanii oraz analizy efektywności działań sprzedażowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się wiedzą z zakresu sprzedaży produktu online	charakteryzuje etapy planowania kampanii sprzedażowej dla produktów online,	Test teoretyczny
	wyjaśnia zasady definiowania celów kampanii oraz wskaźników jej skuteczności,	Test teoretyczny
	omawia metody analizy grupy docelowej, segmentacji odbiorców oraz tworzenia person zakupowych,	Test teoretyczny
	opisuje elementy skutecznej oferty sprzedażowej oraz propozycji wartości (Value Proposition),	Test teoretyczny
	wskazuje zasady planowania harmonogramu kampanii sprzedażowej.	Test teoretyczny
Projektuje kampanię sprzedażową dla produktu online	definiuje cele kampanii sprzedażowej,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	analizuje grupę docelową i opracowuje personę zakupową,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	projektuje ofertę sprzedażową odpowiadającą potrzebom odbiorców,	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
	przygotowuje harmonogram działań kampanii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje założenia kampanii sprzedażowej dla wybranego produktu online.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje ścieżkę sprzedaży oraz komunikację kampanii dla produktów online z wykorzystaniem różnych kanałów marketingowych.	wyjaśnia zasady projektowania ścieżki zakupowej klienta,	Test teoretyczny
	omawia znaczenie landing page, formularzy oraz komunikatów sprzedażowych,	Test teoretyczny
	opisuje rolę storytellingu, CTA oraz social proof w procesie sprzedaży,	Test teoretyczny
	wskazuje zasady planowania komunikacji sprzedażowej w różnych kanałach.	Test teoretyczny
	opracowuje ścieżkę klienta prowadzącą do zakupu,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje komunikaty sprzedażowe dostosowane do różnych kanałów,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje plan komunikacji kampanii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera narzędzia wspierające sprzedaż produktów online.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	charakteryzuje wskaźniki efektywności kampanii sprzedażowych,	Test teoretyczny
	wyjaśnia metody analizy współczynnika konwersji oraz zachowań użytkowników,	Test teoretyczny
Posługuje się wiedzą z zakresu efektywności kampanii sprzedażowej sprzedaży produktów online	omawia zasady monitorowania przebiegu kampanii,	Test teoretyczny
	opisuje metody testowania wariantów ofert i komunikatów (A/B testing),	Test teoretyczny
	wskazuje sposoby planowania działań optymalizacyjnych zwiększających skuteczność sprzedaży.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje efektywność kampanii sprzedażowej oraz opracowuje działania optymalizacyjne zwiększające skuteczność sprzedaży produktów online.	analizuje wyniki kampanii sprzedażowej,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	interpretuje dane dotyczące konwersji i zachowań użytkowników,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje elementy wymagające optymalizacji,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	przygotowuje rekomendacje zwiększające skuteczność kampanii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	opracowuje plan dalszego rozwoju kampanii sprzedażowej.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Budowanie relacji wewnętrznych i zewnętrznych	odpowiedzialnie ocenia skuteczność prowadzonych działań,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do systematycznego doskonalenia kampanii sprzedażowych i wdrażania usprawnień.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	tworzy komunikację sprzedażową z uwzględnieniem potrzeb i oczekiwań odbiorców,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje kreatywność podczas opracowywania rozwiązań sprzedażowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uwzględnia potrzeby odbiorców podczas projektowania kampanii,	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wykazuje gotowość do doskonalenia kompetencji w zakresie planowania działań sprzedażowych.	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 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 „**Sales Campaign Master – Budowanie Skutecznych Kampanii Sprzedażowych dla Produktów Online**” to praktyczny program rozwojowy przygotowujący uczestników do kompleksowego planowania, realizacji oraz doskonalenia kampanii sprzedażowych prowadzonych w środowisku internetowym. Program obejmuje wszystkie etapy tworzenia kampanii – od analizy odbiorców i projektowania strategii sprzedażowej, poprzez budowanie atrakcyjnej oferty i planowanie komunikacji, aż po zarządzanie przebiegiem kampanii oraz ocenę jej skuteczności.

Podczas szkolenia uczestnicy poznają metody definiowania celów kampanii sprzedażowej, tworzenia person zakupowych, projektowania propozycji wartości (Value Proposition) oraz budowania ofert odpowiadających potrzebom klientów. Nauczą się projektować lejki sprzedażowe, planować ścieżki zakupowe użytkowników, opracowywać komunikację sprzedażową oraz wykorzystywać narzędzia wspierające promocję produktów online. Istotnym elementem programu jest również tworzenie harmonogramów działań, planowanie budżetów kampanii oraz organizacja procesu sprzedaży z wykorzystaniem różnych kanałów komunikacji.

Uczestnicy zdobędą także praktyczne umiejętności w zakresie monitorowania przebiegu kampanii, interpretacji wyników sprzedażowych, analizy współczynników konwersji, testowania różnych wariantów ofert i komunikatów oraz przygotowywania działań optymalizacyjnych zwiększających skuteczność sprzedaży. Efektem szkolenia będzie opracowanie kompletnego projektu kampanii sprzedażowej dla wybranego produktu online wraz z planem wdrożenia i rekomendacjami dotyczącymi dalszego rozwoju działań sprzedażowych.

Szkolenie realizowane jest w formule warsztatowej, w której dominującą część stanowią ćwiczenia praktyczne wykonywane pod nadzorem instruktora. Uczestnicy samodzielnie przygotowują założenia kampanii, projektują ofertę sprzedażową, opracowują ścieżkę klienta, plan komunikacji oraz analizują efektywność zaplanowanych działań. Po ukończeniu szkolenia będą przygotowani do samodzielnego tworzenia i prowadzenia kompleksowych kampanii sprzedażowych dla produktów online, wspierających realizację celów marketingowych i biznesowych przedsiębiorstwa.

Moduł 1. Projektowanie Kampanii Sprzedażowej dla Produktów Online

Część teoretyczna

- rola kampanii sprzedażowej w strategii marketingowej przedsiębiorstwa,
- rodzaje kampanii sprzedażowych (premiera produktu, kampania sezonowa, sprzedaż cykliczna, kampania ograniczona czasowo),
- określanie celu kampanii oraz wskaźników sukcesu,
- analiza grupy docelowej i segmentacja odbiorców,
- identyfikacja potrzeb oraz zachowań zakupowych klientów,
- analiza ścieżki zakupowej klienta,
- planowanie harmonogramu kampanii.

Część praktyczna

- określenie grupy docelowej dla wybranego produktu,
- stworzenie mapy klienta (Customer Persona),
- opracowanie założeń kampanii sprzedażowej,
- przygotowanie harmonogramu działań.

Moduł 2. Budowanie Oferty, Która Sprzedaje

Część teoretyczna

- tworzenie propozycji wartości produktu (Value Proposition),
- psychologia decyzji zakupowych,
- elementy skutecznej oferty sprzedażowej,
- budowanie przewagi konkurencyjnej,
- strategie cenowe w sprzedaży internetowej,
- wykorzystanie bonusów, pakietów i ofert limitowanych,
- najczęściej popełniane błędy podczas przygotowywania ofert.

Część praktyczna

- opracowanie oferty sprzedażowej,
- przygotowanie komunikatów sprzedażowych,
- projektowanie nagłówków i CTA,
- analiza i optymalizacja przygotowanych ofert.

Moduł 3. Projektowanie Ścieżki Sprzedaży Produktów Online

Część teoretyczna

- budowa lejka sprzedażowego,
- planowanie etapów procesu zakupowego,
- landing page jako element kampanii,
- formularze sprzedażowe,
- projektowanie procesu zakupu ograniczającego porzucanie koszyka,
- wykorzystanie social mediów w procesie sprzedaży,
- integracja różnych kanałów komunikacji.

Część praktyczna

- zaprojektowanie lejka sprzedażowego,
- opracowanie ścieżki klienta,
- przygotowanie scenariusza komunikacji sprzedażowej,
- analiza doświadczeń użytkownika podczas zakupu.

Moduł 4. Komunikacja Sprzedażowa i Kampanie Promocyjne

Część teoretyczna

- planowanie komunikacji kampanii,
- tworzenie treści sprzedażowych do różnych kanałów,
- storytelling w sprzedaży produktów online,
- wykorzystanie rekomendacji, opinii klientów oraz social proof,
- planowanie promocji czasowych,
- budowanie zaufania do marki,
- zasady spójnej komunikacji sprzedażowej.

Część praktyczna

- opracowanie planu publikacji,
- przygotowanie treści sprzedażowych,
- projekt komunikacji kampanii,
- analiza skuteczności komunikatów.

Moduł 5. Zarządzanie Kampanią Sprzedażową

Część teoretyczna

- planowanie budżetu kampanii,
- organizacja działań sprzedażowych,
- monitorowanie przebiegu kampanii,
- identyfikacja problemów wpływających na skuteczność sprzedaży,
- zarządzanie zmianami podczas kampanii,
- współpraca z narzędziami marketingowymi wspierającymi sprzedaż.

Część praktyczna

- opracowanie harmonogramu zarządzania kampanią,
- przygotowanie planu działań optymalizacyjnych,
- analiza przebiegu przykładowej kampanii sprzedażowej.

Moduł 6. Analiza Efektywności i Optymalizacja Kampanii Sprzedażowych

Część teoretyczna

- interpretacja wyników kampanii sprzedażowej,
- analiza współczynnika konwersji,
- analiza zachowań użytkowników,
- identyfikacja elementów wpływających na wyniki sprzedaży,
- testowanie wariantów ofert i komunikatów (A/B testing),
- planowanie działań optymalizacyjnych,
- dobre praktyki zwiększania skuteczności kampanii sprzedażowych.

Część praktyczna

- analiza przykładowych raportów sprzedażowych,
- identyfikacja mocnych i słabych stron kampanii,
- opracowanie rekomendacji optymalizacyjnych,
- przygotowanie kompletnego projektu kampanii sprzedażowej dla wybranego produktu online wraz z planem wdrożenia.

Walidacja - test jednokrotnego wyboru oraz ocenianie efektywności tworzonej na zajęciach

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: 10

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Moduł 1. Projektowanie Kampanii Sprzedażowej dla Produktów Online (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-10-2026	08:30	12:30	04:00
2 z 10 -	Przerwa	-	08-10-2026	12:30	13:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 10 Moduł 2. Budowanie Oferty, Która Sprzedaje (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	08-10-2026	13:30	16:30	03:00
4 z 10 Moduł 3. Projektowanie Ścieżki Sprzedaży Produktów Online (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	09-10-2026	08:30	12:30	04:00
5 z 10 -	Przerwa	-	09-10-2026	12:30	13:30	01:00
6 z 10 Moduł 4. Komunikacja Sprzedażowa i Kampanie Promocyjne (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	09-10-2026	13:30	16:30	03:00
7 z 10 Moduł 5. Zarządzanie Kampanią Sprzedażową (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	13-10-2026	08:30	12:30	04:00
8 z 10 -	Przerwa	-	13-10-2026	12:30	13:30	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 10 Moduł 6. Analiza Efektywności i Optymalizacja Kampanii Sprzedażowych (współdzielenie ekranu, dyskusja, ćwiczenia, chat)	Zajęcia	Urszula Stefanowicz-Peczyńska	13-10-2026	13:30	16:15	02:45
10 z 10 -	Walidacja	-	13-10-2026	16:15	16:30	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	03:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	28:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 620,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 620,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	234,17 PLN
Koszt osobogodziny netto	234,17 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Urszula Stefanowicz-Peczyńska

Założycielka agencji marketingowej - Detalle. W swoim 7 letnim doświadczeniu na stanowiskach managerskich współpracowała z zespołami marketingowymi, szkoląc i rozwijając swoje umiejętności w praktyce. Swoje doświadczenie w marketingu przekłada na szereg działań współpracując z wieloma firmami tworząc dla nich strategie marketingowe, kampanie, projekty, materiały foto i video. Jest specjalistką w tworzeniu komunikacji social media oraz influencer marketingu. Pracowała z wieloma markami lifestylowymi, wybierając kolekcje ubrań i sneakersów, które odmieniły rynek modowy i nadawały kierunek trendom. Jako brand manager stworzyła niezapomniane kampanie, sesje zdjęciowe, pokazy mody i współprace z influencerami. Przeprowadziła kilkaset godzin doradztwa i szkoleń w zakresie budowania strategii marketingowej, tworzenia kampanii czy budowania marki.

Wykształcenie wyższe

Studia podyplomowe - Grafika i multimedia - WSB Gdańsk, październik 2020r. - czerwiec 2021 r.

Studia podyplomowe - Psychodietetyka - Uniwersytet SWPS w Warszawie październik 2016 r. – czerwiec 2017 r.

Studia licencjackie – Dietetyka - Uniwersytet Warmińsko-Mazurski, październik 2013 r. – czerwiec 2015 r.



2 z 2

Beata Argalska

Posiada ponad 7 letnie doświadczenie w Marketingu. Swoją karierę zaczynała w lifestylowym magazynie, agencji reklamowej i grupie deweloperskiej. Jest specjalistką w dziedzinie komunikacji marketingowej, insightu konsumenckiego, budowania strategii Social Media i marketingu deweloperskiego.

Od 2019 roku świadczy usługi w zakresie doradztwa i szkoleń z budowania strategii marketingowej oraz tworzenia kampanii reklamowych.

Wykształcenie wyższe:

- Akademia Wychowania Fizycznego i Sportu (mgr turystyki i rekreacji)

- Uniwersytet Gdański - Reklama i marketing medialny ukończone w 2019 roku

- Wyższa Szkoła Bankowa w Gdańsku - Grafika i multimedia, studia podyplomowe ukończone w 2021 roku

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały w postaci prezentacji i skryptu zostaną udostępnione uczestnikom 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).

Warunki techniczne

Usługa prowadzona jest za pośrednictwem platformy TEAMS

W celu odbioru transmisji Szkolenia online Uczestnik powinien dysponować:

- komputerem z zainstalowanym system operacyjnym Windows 7 albo nowszym albo macOS Sierra (10.12.6) albo nowszym lub urządzeniem mobilnym z zainstalowanym systemem operacyjnym Android (Lollipop) wersja 5.0 albo nowszym lub iOS wersja 9.3.5, albo nowszym, wyposażonym w ekran i głośniki;
- dostęp do sieci Internet, w zależności od wybranej jakości transmisji, o przepustowości łącza co najmniej: 240p 500 kbps 360p 1 Mbps 720p 3 Mbps, 1080p 7 Mbps 2K 12 Mbps 4K 22 Mbps;
- aktualną wersją przeglądarki Firefox, Opera, Microsoft Edge, Chrome lub Safari;
- kamerką internetową i mikrofonem – jeżeli Uczestnik chce być widoczny i porozumiewać się głosowo z prowadzącym Szkolenie online;
- Adobe acrobat w najnowszej wersji.

Kontakt



Marta Skraba

E-mail marta@it-ec.pl

Telefon (+89) 451 055 967