



Strategia marki osobistej – komunikacja, content i rozwój obecności online - Szkolenie

Numer usługi 2026/08/20/194906/3756996

4 907,70 PLN brutto
3 990,00 PLN netto
233,70 PLN brutto/h
190,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

LINDA PARYS

★★★★★ 5,0 / 5

3 oceny

- 📋 Usługa szkoleniowa
- 📺 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👤 Zajęcia indywidualne
- 🕒 21:00 h
- 📅 21.09.2026 do 19.10.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą świadomie budować lub rozwijać własną markę osobistą oraz zwiększać skuteczność komunikacji w kanałach online, w szczególności do przedsiębiorców, właścicieli firm, freelancerów, specjalistów, ekspertów, doradców, trenerów oraz osób rozwijających działalność opartą na własnej wiedzy, doświadczeniu lub rozpoznawalności.

Usługa przeznaczona jest zarówno dla osób rozpoczynających uporządkowane działania związane z marką osobistą, jak i dla osób już aktywnych w mediach społecznościowych, które chcą usystematyzować strategię marki, określić jej fundamenty, odbiorców, kierunki komunikacji oraz sposób organizacji treści.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

20-09-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

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 uczestnika do świadomego planowania i rozwijania marki osobistej poprzez określanie jej fundamentów, celów i wyróżników, dobór grupy docelowej i kanałów komunikacji oraz organizowanie spójnego systemu komunikacji i tworzenia treści w mediach społecznościowych. Uczestnik rozwinię również umiejętność dobierania rozwiązań wspierających sprzedaż produktów i usług, planowania ekosystemu komunikacji oraz wykorzystywania dobrych praktyk publikacji treści na Instagramie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje elementy strategii marki osobistej i określa kierunki jej rozwoju.	rozdźnia podstawowe elementy strategii marki osobistej	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dentyfikuje cele krótko- i długoterminowe	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera rozwiązania wspierające rozwój marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdźnia misję, wizję, wartości i DNA marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Określa fundamenty marki osobistej oraz jej wyróżniki	identyfikuje wyróżniki marki	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera elementy tożsamości marki do wskazanej sytuacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Analizuje grupę docelową i dobiera odpowiednie kanały komunikacji	identyfikuje potrzeby i cechy odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdźnia grupę docelową i personę	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera kanały komunikacji do potrzeb odbiorców	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	określa zasady tone of voice	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Dobiera sposób komunikacji oraz system tworzenia treści do założeń marki osobistej	dobiera filary komunikacji	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	rozdźnia sposoby ponownego wykorzystywania treści i zasady komunikacji omnichannel	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Dobiera rozwiązania wspierające komunikację i sprzedaż marki osobistej w kanałach online	rozdziela podstawowe modele lejków sprzedażowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	identyfikuje zasady tworzenia skutecznego hooka i yapping content	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	dobiera dobre praktyki komunikacji na Instagramie	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

Budowanie marki osobistej wymaga spójnego połączenia strategii, świadomie określonego kierunku rozwoju, znajomości odbiorców oraz konsekwentnej komunikacji. Istotne jest nie tylko określenie wartości i wyróżników marki, ale również zaplanowanie sposobu docierania do odbiorców, rozwijania produktów i usług oraz tworzenia treści wspierających realizację celów zawodowych i biznesowych.

Szkolenie ma charakter **indywidualny i praktyczny**. Program stanowi ramę merytoryczną usługi, natomiast omawiane przykłady, ćwiczenia oraz analizowane rozwiązania dostosowywane są do potrzeb uczestnika, rodzaju prowadzonej lub planowanej działalności, jego grupy docelowej oraz dotychczasowych działań komunikacyjnych.

W trakcie szkolenia uczestnik pracuje nad elementami własnej marki osobistej: kierunkiem strategicznym, celami długoterminowymi, ofertą, fundamentami marki, grupą docelową, personą, komunikacją oraz systemem tworzenia i ponownego wykorzystywania treści.

Szczególny nacisk położony jest na przełożenie omawianych zagadnień na realną sytuację uczestnika. Dzięki formule 1:1 możliwe jest bieżące analizowanie jego działań, dopasowywanie przykładów oraz konsultowanie przygotowywanych rozwiązań.

Usługa realizowana jest **zdalnie w czasie rzeczywistym**, z bezpośrednim kontaktem uczestnika z trenerem.

Metody pracy

W trakcie szkolenia wykorzystywane będą:

- prezentacja i miniwykład interaktywny,
- konsultacje indywidualne,
- dyskusja moderowana,
- analiza przypadków,
- analiza przykładów komunikacji marek,
- ćwiczenia indywidualne,
- praca na przykładzie własnej marki uczestnika,
- burza mózgów,
- analiza i omawianie przygotowanych rozwiązań,
- informacja zwrotna trenera.

Rowy program

Moduł 1. Podstawy strategii marki osobistej – 21.09.2026

- znaczenie marki osobistej w działalności zawodowej i biznesowej,
- marka osobista a wizerunek, reputacja i pozycjonowanie eksperckie,
- elementy strategii marki osobistej,
- analiza aktualnej sytuacji i dotychczasowych działań uczestnika,
- określenie kierunku rozwoju marki,
- spójność działań online i offline,
- identyfikacja mocnych stron i obszarów wymagających uporządkowania,
- określenie priorytetów dalszej pracy nad marką.

Moduł 2. Wizja działań i cele długoterminowe – produkty i lejki sprzedażowe – 28.09.2026

- określanie wizji rozwoju marki,
- cele krótko-, średnio- i długoterminowe,
- powiązanie celów marki z celami zawodowymi i biznesowymi,
- rodzaje produktów i usług możliwych do rozwijania w ramach marki osobistej,
- oferta podstawowa i oferta uzupełniająca,
- ścieżka odbiorcy od pierwszego kontaktu do zakupu,
- podstawowe modele lejków sprzedażowych,
- dobór lejka do rodzaju produktu, usługi i grupy odbiorców,
- planowanie kolejnych etapów rozwoju oferty.

Moduł 3. Fundamenty marki osobistej: misja, wizja, DNA marki, wartości i wyróżniki – 30.09.2026

- określenie misji marki osobistej,
- formułowanie wizji marki,
- budowanie DNA marki,
- identyfikacja wartości,
- określenie wyróżników marki,
- USP – unikalna propozycja i sposób pozycjonowania,
- „dlaczego” marki i jego znaczenie dla komunikacji,
- zasoby, kompetencje i doświadczenia wspierające wiarygodność marki,
- budowanie spójności pomiędzy tożsamością marki a działaniami komunikacyjnymi.

Moduł 4. Target, persona i kanały komunikacji – 02.10.2026

- definiowanie grupy docelowej,
- analiza potrzeb, problemów i oczekiwań odbiorców,
- target a persona,
- budowanie persony odbiorcy,
- identyfikacja punktów styku odbiorcy z marką,
- dobór komunikatów do potrzeb odbiorców,
- dobór kanałów komunikacji,
- rola social media, strony internetowej, newslettera i innych punktów kontaktu,
- koncentracja działań na kanałach istotnych dla wybranej grupy docelowej.

Moduł 5. Tone of voice i komunikacja w social media – filary treści – 12.10.2026

- tone of voice marki osobistej,
- określenie stylu i języka komunikacji,

- autentyczność i spójność komunikacji,
- dopasowanie komunikatów do grupy docelowej,
- rodzaje treści w mediach społecznościowych,
- treści eksperckie, edukacyjne, relacyjne, sprzedażowe i wizerunkowe,
- określenie filarów komunikacji,
- generowanie tematów w ramach poszczególnych filarów,
- budowanie powtarzalnego i rozpoznawalnego systemu komunikacji.

Moduł 6. Ekosystem działania, recykling treści i omnichannel – 14.10.2026

- projektowanie ekosystemu komunikacji marki,
- rola poszczególnych kanałów w procesie budowania relacji z odbiorcą,
- powiązanie social media, strony internetowej, newslettera oraz produktów i usług,
- zasady komunikacji omnichannel,
- spójność doświadczeń odbiorcy w różnych kanałach,
- recykling treści – ponowne wykorzystywanie istniejącego contentu,
- dostosowywanie jednej treści do różnych formatów i kanałów,
- tworzenie systemu pracy ograniczającego konieczność ciągłego przygotowywania nowych materiałów,
- planowanie przepływu treści pomiędzy kanałami.

Moduł 7. Techniczne aspekty komunikacji na Instagramie – yapping content, hook i dobre praktyki – 19.10.2026

- rola Instagrama w ekosystemie marki osobistej,
- formaty treści i ich zastosowanie,
- współczesne sposoby budowania zaangażowania odbiorców,
- charakterystyka yapping content,
- budowanie naturalnych, swobodnych i eksperckich wypowiedzi,
- konstrukcja skutecznego hooka,
- pierwsze sekundy materiału i utrzymywanie

Walidacja efektów uczenia się

Walidacja efektów uczenia się przeprowadzana jest po zakończeniu części dydaktycznej szkolenia w formie **testu teoretycznego generowanego automatycznie**.

Test obejmuje pytania odnoszące się do efektów uczenia się i przypisanych do nich kryteriów weryfikacji. Pytania generowane są automatycznie z przygotowanego banku pytań, a ich kolejność może być losowana dla uczestnika.

Test składa się z pytań zamkniętych, w tym pytań jednokrotnego i/lub wielokrotnego wyboru oraz pytań opartych na krótkich sytuacjach problemowych wymagających wskazania właściwego rozwiązania.

Ocena odpowiedzi oraz obliczenie wyniku odbywają się automatycznie, bez udziału trenera prowadzącego proces kształcenia.

Za osiągnięcie efektów uczenia się uznaje się uzyskanie przez uczestnika **minimum 70% poprawnych odpowiedzi**.

Automatyczny sposób generowania i oceny testu zapewnia rozdzielenie procesu kształcenia od procesu walidacji – trener prowadzący szkolenie nie dokonuje oceny odpowiedzi uczestnika oraz nie decyduje o wyniku walidacji.

Wynik testu zostaje utrwalony w systemie i stanowi podstawę potwierdzenia przeprowadzenia walidacji efektów uczenia się.

Szkolenie realizowane jest indywidualnie dla jednego uczestnika. Formuła 1:1 umożliwia dostosowanie przykładów, analiz, ćwiczeń i konsultacji do sytuacji uczestnika oraz jego aktualnych celów zawodowych i biznesowych.

Każdy moduł realizowany jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym. Uczestnik ma możliwość bezpośredniej komunikacji z trenerem, zadawania pytań, udziału w dyskusji, wykonywania ćwiczeń oraz prezentowania własnych rozwiązań.

Zajęcia prowadzone są z wykorzystaniem rozmowy na żywo, prezentacji multimedialnej, chatu, współdzielenia ekranu oraz materiałów udostępnianych elektronicznie.

Szkolenie obejmuje **21 godzin zegarowych**, w tym:

- **20 godz. 30 min zajęć dydaktycznych,**
- **30 min walidacji efektów uczenia się.**

Warunki techniczne

Do udziału w szkoleniu uczestnik powinien posiadać:

- komputer lub laptop,
- stabilne połączenie internetowe,
- kamerę internetową,
- mikrofon i głośniki lub zestaw słuchawkowy,
- aktualną wersję przeglądarki internetowej,
- aktywny adres e-mail,
- dostęp do platformy wykorzystywanej do realizacji szkolenia.

Usługa może być prowadzona na platformie Zoom.

Link umożliwiający udział w szkoleniu zostanie przekazany uczestnikowi drogą elektroniczną przed rozpoczęciem usługi.

Zalecane jest korzystanie z urządzenia umożliwiającego jednoczesny udział w spotkaniu, wykonywanie ćwiczeń, przeglądanie materiałów oraz współdzielenie ekranu.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 21

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Moduł 1. Podstawy strategii marki osobistej (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	21-09-2026	15:00	16:30	01:30
2 z 21 -	Przerwa	-	21-09-2026	16:30	16:45	00:15
3 z 21 Moduł 1. Podstawy strategii marki osobistej (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	21-09-2026	16:45	18:00	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 21 Moduł 2. Wizja działań i cele długoterminowe – produkty i lejki sprzedażowe (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	28-09-2026	15:00	16:30	01:30
5 z 21 -	Przerwa	-	28-09-2026	16:30	16:45	00:15
6 z 21 Moduł 2. Wizja działań i cele długoterminowe – produkty i lejki sprzedażowe (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	28-09-2026	16:45	18:00	01:15
7 z 21 Moduł 3. Fundamenty marki osobistej: misja, wizja, DNA marki, wartości i wyróżniki(ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	30-09-2026	09:00	10:30	01:30
8 z 21 -	Przerwa	-	30-09-2026	10:30	10:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 21 Moduł 3. Fundamenty marki osobistej: misja, wizja, DNA marki, wartości i wyróżniki (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	30-09-2026	10:45	12:00	01:15
10 z 21 Moduł 4. Target, persona i kanały komunikacji (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	02-10-2026	09:00	10:30	01:30
11 z 21 -	Przerwa	-	02-10-2026	10:30	10:45	00:15
12 z 21 Moduł 4. Target, persona i kanały komunikacji (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	02-10-2026	10:45	12:00	01:15
13 z 21 Moduł 5. Tone of voice i komunikacja w social media – filary treści (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	12-10-2026	15:00	16:30	01:30
14 z 21 -	Przerwa	-	12-10-2026	16:30	16:45	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
15 z 21 Moduł 5. Tone of voice i komunikacja w social media – filary treści (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	12-10-2026	16:45	18:00	01:15
16 z 21 Moduł 6. Ekosystem działania, recycling treści i omnichannel (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-10-2026	09:00	10:30	01:30
17 z 21 -	Przerwa	-	14-10-2026	10:30	10:45	00:15
18 z 21 Moduł 6. Ekosystem działania, recycling treści i omnichannel (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	14-10-2026	10:45	12:00	01:15
19 z 21 Moduł 7. Techniczne aspekty komunikacji na Instagramie – yapping content, hook i dobre praktyki (ćwiczenia, rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	Linda Parys	19-10-2026	15:00	17:15	02:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 21 -	Przerwa	-	19-10-2026	17:15	17:30	00:15
21 z 21 -	Walidacja	Linda Parys	19-10-2026	17:30	18:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	21:00
w tym suma godzin zajęć	18:45
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	01:45
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	25:30

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	4 907,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 990,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	233,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Liczba godzin usługi

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Linda Parys

Trenerka kreatywności, strateżka marek, brand coach oraz facylitatorka LEGO® Serious Play® i journalingu. Specjalizuje się w obszarze rozwoju kompetencji przyszłości, budowania marek osobistych i firmowych, komunikacji, kreatywności oraz zarządzania zmianą.

W ostatnich 5 latach prowadziła liczne szkolenia, warsztaty, wykłady oraz sesje indywidualne dla przedsiębiorców, liderów i zespołów z zakresu strategii marki, komunikacji, social mediów, rozwoju osobistego oraz budowania widoczności marek. Od 7 lat prowadzi własną agencję kreatywną, wspierając firmy i przedsiębiorców w rozwijaniu kompetencji zawodowych, komunikacyjnych i biznesowych.

W pracy szkoleniowej wykorzystuje m.in. narzędzia LEGO® Serious Play®, MINDSONAR®, TOP360, Podróż Bohatera®, vision board oraz journaling. W 2025 roku zrealizowała projekt Creative Mindset Report dotyczący sprawczości i rozwoju zawodowego przedsiębiorców, prowadząc warsztat dla ponad 80 uczestników.

Posiada kwalifikacje potwierdzone ukończeniem studiów i programów rozwojowych, m.in. na Akademii Sztuk Pięknych we Wrocławiu, School of Form w Poznaniu (Zarządzanie Innowacją i Designem), GWSH w Katowicach (Fotografia w Terapii i Rozwoju Osobistym) oraz WSAiB w Gdyni (Brainologia i Zarządzanie Dobrostanem). Posiada akredytację coachingową International Coaching Community oraz ukończyła Creativity Workshop w Nowym Jorku.

Od 2017 roku pełni rolę mentorki w programie Biura Karier Uniwersytetu Wrocławskiego.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma materiały dostosowane do zakresu szkolenia, w szczególności:

- skrypt szkoleniowy w formie elektronicznej,
- szablon strategii marki osobistej,
- arkusz określania misji, wizji i DNA marki,
- arkusz definiowania wartości i wyróżników marki,
- szablon persony odbiorcy,
- materiał wspierający wybór kanałów komunikacji,
- arkusz do określania tone of voice,
- szablon filarów komunikacji,
- szablon planu contentowego,
- materiał dotyczący ekosystemu komunikacji marki,
- schemat recyklingu treści,

- checklistę dobrych praktyk komunikacji na Instagramie,
- materiał dotyczący tworzenia hooków oraz treści typu yapping

Warunki techniczne

Minimalne wymagania sprzętowe dla platformy Zoom zależą od typu urządzenia i systemu operacyjnego.

Oto podstawowe wymagania sprzętowe dla Zooma:

Komputery (Windows, macOS, Linux)

Procesor:

Windows: Procesor dwurdzeniowy 1 GHz lub wyższy (i3/i5/i7 lub równoważny AMD).

macOS: Procesor Intel (wymagany Core i5 lub wyższy).

Linux: Procesor dwurdzeniowy 1 GHz lub wyższy.

Pamięć RAM:

Minimum 4 GB RAM.

Kamera:

Kamera internetowa o rozdzielczości 720p (HD) lub wyższa.

Mikrofon i głośniki:

Wbudowane lub zewnętrzne mikrofon i głośniki, lub zestaw słuchawkowy.

System operacyjny:

Windows 7, 8, 8.1, 10.

macOS X z macOS 10.9 lub nowszy.

Linux: Obsługiwane dystrybucje to Ubuntu, Mint, Red Hat, Oracle, CentOS, Fedora, OpenSUSE i Arch.

Przeglądarka:

Najnowsze wersje przeglądarek Chrome, Firefox, Safari, Edge.

Urządzenia mobilne (iOS i Android)

iOS:

Urządzenia iPhone, iPad, iPod touch z iOS 8.0 lub nowszym.

Android:

Urządzenia z systemem Android 5.0 (Lollipop) lub nowszym.

Szerokość pasma

Do podstawowej jakości wideo: 600 kbps (upload/download).

Do HD wideo (720p): 1,2 Mbps (upload/download).

Do Full HD wideo (1080p): 3,8 Mbps (upload) / 3,0 Mbps (download).

Warto również pamiętać, że Zoom automatycznie dostosowuje jakość wideo na podstawie dostępnego łącza internetowego.

Kontakt



LINDA PARYS

E-mail hello@lindaparys.pl

Telefon (+48) 505 999 335