



Wyższa Szkoła
Turystyki i Ekologii
w Suchej
Beskidzkiej

★★★★★ 4,8 / 5

204 oceny

Marketing cyfrowy, sprzedaż i obsługa klienta - szkolenie

Numer usługi 2026/08/21/18793/3759012

- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 📄 zdalna w czasie rzeczywistym
- 👥 Zajęcia grupowe
- 🕒 16:00 h
- 📅 11.12.2026 do 16.12.2026

3 000,00 PLN brutto
3 000,00 PLN netto
187,50 PLN brutto/h
187,50 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest przeznaczone dla właścicieli, menedżerów i pracowników zajmujących się marketingiem, sprzedażą, e-commerce, komunikacją, pozyskiwaniem klientów, obsługą i rozwojem relacji z klientami. Najwięcej skorzystają osoby, które łączą kilka z tych zadań i chcą uporządkować cały proces: od dotarcia do klienta, przez sprzedaż, po obsługę po zakupie. Nie jest potrzebne doświadczenie w zaawansowanych systemach marketingowych. Szkolenie przeznaczone jest również dla uczestników projektu Małopolski Pociąg do Kariery - sezon 1 oraz innych projektów dofinansowań.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	03-12-2026
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	art. 163 ust. 1 ustawy z dnia 20 lipca 2018 r. Prawo o szkolnictwie wyższym i nauce (t. j. Dz. U. z 2024 r. poz. 1571, z późn. zm.)
Zakres uprawnień	Inne formy kształcenia, w tym kursy doszkalające i szkolenia

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje do planowania i prowadzenia działań marketingowych, sprzedażowych i obsługowych w kanałach cyfrowych.

Po szkoleniu uczestnik mapuje ścieżkę klienta, dobiera kanały marketingowe, projektuje komunikację, organizuje pozyskiwanie i kwalifikowanie potencjalnych klientów, pracuje z CRM, prowadzi działania sprzedażowe oraz ustala standard obsługi i sposób mierzenia efektów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje ścieżkę klienta i dobiera cyfrowe punkty kontaktu.	Mapuje etapy, identyfikuje bariery, dobiera kanały do co najmniej trzech etapów.	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje działania marketingu cyfrowego. Projektuje proces pozyskiwania i kwalifikowania potencjalnych klientów.	Określa cel i odbiorcę	Analiza dowodów i deklaracji
	dobiera kanał, treść, wezwanie do działania i miernik.	Analiza dowodów i deklaracji
	Określa źródła, kryteria kwalifikacji, statusy i sposób dalszego kontaktu	Analiza dowodów i deklaracji
	wskazuje moment przekazania do sprzedaży.	Analiza dowodów i deklaracji
Prowadzi cyfrowe działania sprzedażowe.	Przygotowuje propozycję wartości i kontakt, reaguje na obiekcję	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ustala kolejny krok i sposób dokumentowania w CRM.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje standard wielokanałowej obsługi klienta.	Dobiera kanały, sposób przekazania kontekstu, odpowiedź na zapytanie lub reklamację, zasady eskalacji oraz działanie podtrzymujące relację po zakupie.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Ocenia efektywność działań na podstawie danych.	Dobiera wskaźniki, interpretuje prosty zestaw danych i wskazuje obszar oraz działanie optymalizacyjne.	Analiza dowodów i deklaracji

Kwalifikacje i kompetencje

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

Zajęcia mają charakter warsztatowy. Uczestnicy pracują na jednym przypadku biznesowym i przechodzą od pozyskania zainteresowania, przez sprzedaż, do obsługi i utrzymania klienta.

Moduł 1. Cyfrowa ścieżka klienta

Czas: 2 h 00 min

- etapy i punkty kontaktu;
- segmentacja i propozycja wartości;
- wielokanałowość i bariery;
- ćwiczenie: mapa ścieżki.

Moduł 2. Marketing cyfrowy i konwersja

Czas: 2 h 30 min

- wyszukiwarki, media społecznościowe, e-mail i marketing treści;
- komunikacja według celu i odbiorcy;
- strona docelowa (landing page), formularz i wezwanie do działania;
- podstawy testowania treści.

Moduł 3. Pozyskiwanie potencjalnych klientów i CRM

Czas: 2 h 15 min

- pozyskiwanie danych kontaktowych;
- kwalifikacja potencjalnych klientów i statusy;
- CRM jako kontekst relacji;
- dalszy kontakt i przekazanie do sprzedaży.

Moduł 4. Nowoczesna sprzedaż cyfrowa

Czas: 2 h 15 min

- sprzedaż oparta na potrzebach i wartości;
- kontakt, oferta i kolejny krok;
- obiekcje i dalszy kontakt;
- dosprzedaż i sprzedaż uzupełniająca.

Moduł 5. Wielokanałowa obsługa klienta

Czas: 2 h 15 min

- e-mail, telefon, formularz, czat i media społecznościowe;
- ciągłość komunikacji i zachowanie kontekstu;
- reklamacje, eskalacja i odzyskiwanie jakości relacji;
- proaktywny kontakt po zakupie, utrzymanie klienta i działania wspierające jego dalszy sukces.

Moduł 6. Dane i optymalizacja całej ścieżki klienta

Czas: 2 h 15 min

- wskaźniki dobrane do celu, m.in. konwersja, koszt pozyskania, czas odpowiedzi i utrzymanie klienta;
- analiza lejka i miejsc utraty klientów;
- dobór działań usprawniających;
- warsztat: plan całej ścieżki klienta i plan pierwszych 30 dni wdrożenia zmian.

Produkt końcowy uczestnika

Plan cyfrowej ścieżki klienta obejmujący punkty kontaktu, działania marketingowe, proces pozyskiwania potencjalnych klientów i sprzedaży, standard obsługi, mierniki oraz plan pierwszych 30 dni wdrożenia zmian.

8. Organizacja walidacji

Łączny czas walidacji: 1 godz. 30 min.

Walidację przeprowadza osoba inna niż trener.

Ocena planu i przygotowanych materiałów

Czas: 30 minut

Walidator ocenia przygotowane materiały według ustalonych kryteriów („spełnia / nie spełnia”) i wskazuje dowód uzasadniający ocenę.

Metoda walidacji: analiza dowodów i deklaracji.

Mikro-symulacje sprzedażowe i obsługowe

Czas: 60 minut

Uczestnik wykonuje krótkie zadanie lub bierze udział w symulacji. Walidator ocenia sposób działania, podjęte decyzje i rezultat według przygotowanej karty oceny.

Metoda walidacji: obserwacja w warunkach symulowanych.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 13

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 13 Cyfrowa ścieżka klienta i integracja marketingu, sprzedaży i obsługi	Zajęcia	Prowadzący	11-12-2026	09:00	11:00	02:00
2 z 13 -	Przerwa	-	11-12-2026	11:00	11:15	00:15
3 z 13 Marketing cyfrowy – kanały, komunikacja i konwersja	Zajęcia	Prowadzący	11-12-2026	11:15	13:00	01:45
4 z 13 Marketing cyfrowy – dokończenie planu kampanii	Zajęcia	Prowadzący	14-12-2026	09:00	11:00	02:00
5 z 13 -	Przerwa	-	14-12-2026	11:00	11:15	00:15
6 z 13 Pozyskiwanie potencjalnych klientów i CRM – od kontaktu do szansy sprzedażowej	Zajęcia	Prowadzący	14-12-2026	11:15	13:00	01:45
7 z 13 Nowoczesna sprzedaż cyfrowa – oferta, obiekcje i dalszy kontakt	Zajęcia	Prowadzący	15-12-2026	09:00	11:00	02:00
8 z 13 -	Przerwa	-	15-12-2026	11:00	11:15	00:15
9 z 13 Obsługa wielokanałowa – standardy i sytuacje problemowe	Zajęcia	Prowadzący	15-12-2026	11:15	13:00	01:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 13 Dane, wskaźniki i warsztat całej ścieżki klienta	Zajęcia	Prowadzący	16-12-2026	09:00	11:15	02:15
11 z 13 -	Przerwa	-	16-12-2026	11:15	11:30	00:15
12 z 13 -	Walidacja	-	16-12-2026	11:30	12:00	00:30
13 z 13 -	Walidacja	-	16-12-2026	12:00	13:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:30
w tym suma godzin walidacji	01:30
w tym suma przerw	01:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	20:00

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 000,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	187,50 PLN
Koszt osobogodziny netto	187,50 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Prowadzący

Specjalista ds. marketingu i sprzedaży

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma materiały elektroniczne wykorzystywane podczas zajęć, w tym:

- mapę ścieżki klienta
- szablon mini-planu kampanii
- kartę kwalifikacji potencjalnych klientów
- szablon lejka i statusów CRM
- scenariusze sprzedażowe i obsługowe
- arkusz wskaźników i szablon planu pierwszych 30 dni

Warunki uczestnictwa

Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera, przeglądarki i typowych aplikacji biurowych.

Do udziału potrzebny jest komputer lub laptop, na którym można jednocześnie uczestniczyć w spotkaniu online i wykonywać ćwiczenia.

Warunkiem udziału w szkoleniu jest podpisanie umowy z WSTiE na świadczenie usługi szkoleniowej.

Informacje dodatkowe

To szkolenie daje podstawy wspólne dla różnych branż. Warianty B2B, turystyczny i medyczny rozwijają je w odniesieniu do konkretnego rynku.

Usługa obejmuje 16 godzin zegarowych, w tym 13 godz. 30 min zajęć merytorycznych, 1 godz. 30 min walidacji oraz 1 godz. 00 min przerw.

Warunki techniczne

Zajęcia w formie zdalnej w czasie rzeczywistym są realizowane poprzez platformę Webex.

Wymagania techniczne:

komputer / laptop ze stałym dostępem do Internetu (Szybkość pobierania/przesyłania: minimalna

2 Mb/s / 128 kb/s; zalecana 4 Mb/s / 512 kb/s)

przeglądarka internetowa – zalecane: Google Chrome, Mozilla Firefox

słuchawki lub dobrej jakości głośniki

mikrofon

zalecane: kamera (w przypadku komputerów stacjonarnych)

spokojne miejsce, odizolowane od zewnętrznych czynników rozpraszających

Kontakt



Anna Oleksa-Kaźmierczak

E-mail szkola@wste.edu.pl

Telefon (+48) 337 844 605