



ART OF BEAUTY

Anna Koścień-

Rodko

Brak ocen dla tego dostawcy

„Sztuczna inteligencja, marketing cyfrowy i nowoczesne procesy pozyskiwania klientów w przedsiębiorstwie”

Numer usługi 2026/09/03/239095/3788424

📍 Katowice

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👤 Zajęcia indywidualne

🕒 16:00 h

📅 10.10.2026 do 11.10.2026

7 995,00 PLN brutto

6 500,00 PLN netto

499,69 PLN brutto/h

406,25 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Usługa skierowana jest do właścicieli przedsiębiorstw, pracowników oraz osób odpowiedzialnych za marketing, sprzedaż, obsługę klienta i rozwój firmy. Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą rozwinąć kompetencje cyfrowe, nauczyć się praktycznego wykorzystania sztucznej inteligencji, skuteczniej prowadzić działania marketingowe i sprzedażowe oraz wdrożyć nowoczesne procesy pozyskiwania i obsługi klientów w przedsiębiorstwie.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	1
Data zakończenia rekrutacji	09-10-2026
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

Celem edukacyjnym usługi jest rozwój praktycznych kompetencji uczestnika w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji, marketingu cyfrowego, social media, reklamy internetowej i komunikacji sprzedażowej. Uczestnik nauczy się

tworzyć skuteczne treści, pozyskiwać klientów, analizować efektywność działań oraz projektować i wdrażać nowoczesny proces pozyskiwania i obsługi klientów w przedsiębiorstwie.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje możliwości zastosowania generatywnej sztucznej inteligencji w przedsiębiorstwie, identyfikuje zadania możliwe do wykonania lub usprawnienia przy wykorzystaniu AI oraz rozpoznaje ograniczenia technologii i sytuacje wymagające kontroli człowieka.	Uczestnik wskazuje minimum 3 obszary działalności przedsiębiorstwa, w których może zostać wykorzystana AI, dobiera zastosowanie AI do przykładowego zadania oraz wskazuje minimum 2 ograniczenia technologii i sytuacje wymagające kontroli człowieka.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik formułuje precyzyjne polecenia dla narzędzi generatywnej AI, uwzględniając cel, kontekst i oczekiwany rezultat oraz wykorzystuje AI do realizacji zadań marketingowych i sprzedażowych.	Uczestnik przygotowuje polecenie zawierające cel, kontekst oraz oczekiwany rezultat, modyfikuje je w celu poprawy odpowiedzi oraz wykorzystuje AI do wykonania przykładowego zadania marketingowego lub sprzedażowego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik określa sposób pozycjonowania marki, identyfikuje elementy wyróżniające ofertę przedsiębiorstwa, analizuje konkurencję oraz dostosowuje sposób komunikacji do grupy odbiorców. Uczestnik planuje i tworzy treści eksperckie, edukacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe, wykorzystuje storytelling, krótkie materiały video oraz wezwania do działania.	Uczestnik wskazuje główne wyróżniki oferty, określa grupę docelową, analizuje przykładową komunikację konkurencji oraz dobiera język i styl komunikacji odpowiedni dla wskazanej grupy odbiorców.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje i tworzy treści eksperckie, edukacyjne, wizerunkowe i sprzedażowe, wykorzystuje storytelling, krótkie materiały video oraz wezwania do działania.	Uczestnik rozróżnia rodzaje treści, przygotowuje przykładową treść dopasowaną do celu komunikacji, tworzy wezwanie do działania oraz opracowuje koncepcję krótkiego materiału video.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik projektuje sekwencje treści prowadzące odbiorcę od zainteresowania ofertą do kontaktu z przedsiębiorstwem	Uczestnik projektuje sekwencje treści prowadzące odbiorcę od zainteresowania ofertą do kontaktu z przedsiębiorstwem	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik rozpoznaje potrzeby klienta, identyfikuje czynniki wpływające na decyzje zakupowe oraz komunikuje wartość i korzyści oferty.	Uczestnik identyfikuje potrzeby klienta na podstawie przedstawionego przypadku, wskazuje czynniki wpływające na decyzję zakupową oraz przygotowuje komunikat sprzedażowy oparty na wartości i korzyściach oferty.	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik prowadzi profesjonalną komunikację sprzedażową, odpowiada na pytania klienta, reaguje na wątpliwości i pracuje z obiekcjami.	Uczestnik prawidłowo reaguje na przykładowe pytania i obiekcje klienta oraz przeprowadza przykładową rozmowę od rozpoznania potrzeby do przedstawienia oferty.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje działania w social media ukierunkowane na budowanie zainteresowania ofertą, pozyskiwanie zapytań oraz prowadzenie potencjalnego klienta do kontaktu z przedsiębiorstwem. Uczestnik planuje ponowny kontakt z osobami wcześniej zainteresowanymi ofertą oraz dobiera działania do etapu procesu sprzedażowego.	Uczestnik opracowuje sposób pozyskiwania zapytań poprzez działania organiczne, projektuje ścieżkę odbiorcy od treści do kontaktu oraz przygotowuje przykładową wiadomość do potencjalnego klienta. Uczestnik określa sposób, formę i moment ponownego kontaktu z osobą zainteresowaną ofertą oraz uzasadnia dobór działania do etapu procesu sprzedaży.	Wywiad swobodny
Uczestnik określa cele kampanii reklamowych, dobiera grupy odbiorców oraz tworzy komunikaty reklamowe ukierunkowane na pozyskiwanie klientów. Uczestnik ocenia skuteczność kampanii reklamowych i działań marketingowych na podstawie danych.	Uczestnik określa cel przykładowej kampanii, dobiera odpowiednią grupę odbiorców oraz przygotowuje komunikat reklamowy zgodny z celem kampanii. Uczestnik analizuje przedstawione wyniki kampanii, wskazuje działania skuteczne i wymagające poprawy oraz uzasadnia wnioski na podstawie danych.	Obserwacja w warunkach symulowanych Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik analizuje liczbę zapytań, sprzedaż, koszt pozyskania klienta oraz skuteczność treści i działań reklamowych.	Uczestnik oblicza koszt pozyskania klienta na podstawie przykładowych danych, porównuje efektywność działań oraz wskazuje obszary wymagające optymalizacji.	Wywiad swobodny
Uczestnik wykorzystuje materiały cyfrowe w komunikacji marketingowej i sprzedażowej oraz stosuje rozwiązania ograniczające wykorzystanie materiałów drukowanych.	Uczestnik wskazuje minimum 3 materiały, które mogą zostać zastąpione wersją cyfrową, dobiera odpowiednią formę elektronicznego przekazywania treści oraz wskazuje działania ograniczające zużycie materiałów.	Wywiad swobodny
Uczestnik projektuje kompleksowy proces pozyskiwania i obsługi klienta obejmujący etapy: social media → treść → zainteresowanie → zapytanie → komunikacja → oferta → sprzedaż → ponowny kontakt → analiza.	Uczestnik opracowuje kompletny model procesu, przypisuje działania do jego poszczególnych etapów, określa minimum 3 zadania wykonywane w ramach procesu oraz dobiera minimum 3 wskaźniki służące do pomiaru jego skuteczności.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik świadomie i odpowiedzialnie wykorzystuje narzędzia cyfrowe oraz sztuczną inteligencję w pracy zawodowej i krytycznie ocenia generowane przez nie rezultaty.	Uczestnik rozpoznaje sytuacje wymagające dodatkowej weryfikacji informacji, wskazuje zasady odpowiedzialnego korzystania z AI oraz ocenia poprawność przykładowej treści wygenerowanej przez narzędzie cyfrowe.	Wywiad swobodny

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

Program szkolenia

MODUŁ 1. Sztuczna inteligencja jako nowe narzędzie pracy

- możliwości zastosowania generatywnej sztucznej inteligencji w przedsiębiorstwie,
- identyfikacja zadań, w których można wykorzystać AI,
- dobór zastosowania AI do konkretnych potrzeb firmy,
- różnice pomiędzy podstawowym a zaawansowanym wykorzystaniem sztucznej inteligencji,
- ograniczenia AI i sytuacje wymagające kontroli człowieka,
- zasady bezpiecznego i odpowiedzialnego korzystania ze sztucznej inteligencji.

MODUŁ 2. Zaawansowana komunikacja z AI i projektowanie poleceń

- zasady tworzenia skutecznych poleceń dla narzędzi generatywnej AI,
- określanie celu, kontekstu i oczekiwanego rezultatu,
- tworzenie wieloetapowych poleceń,
- modyfikowanie poleceń w celu poprawy jakości odpowiedzi,
- wykorzystanie AI do zadań marketingowych i sprzedażowych,

- analiza i weryfikacja rezultatów generowanych przez AI.

MODUŁ 3. Strategia marki i komunikacji

- określenie sposobu pozycjonowania marki,
- budowanie eksperckiego i wiarygodnego wizerunku,
- analiza konkurencji,
- identyfikacja elementów wyróżniających ofertę przedsiębiorstwa,
- określenie grup docelowych,
- określenie języka komunikacji,
- dostosowanie komunikacji do różnych grup odbiorców,
- planowanie spójnej komunikacji marketingowej i sprzedażowej.

MODUŁ 4. Zaawansowany content marketing i sprzedaż poprzez treści

- tworzenie treści odpowiadających na potrzeby potencjalnych klientów,
- planowanie treści eksperckich, edukacyjnych, wizerunkowych i sprzedażowych,
- storytelling w komunikacji marki,
- tworzenie krótkich materiałów video,
- budowanie komunikatów prowadzących do zainteresowania ofertą,
- tworzenie skutecznych wezwań do działania,
- projektowanie sekwencji treści prowadzących odbiorcę od zainteresowania do kontaktu z przedsiębiorstwem.

MODUŁ 5. Psychologia decyzji zakupowych i profesjonalna komunikacja sprzedażowa

- rozpoznawanie potrzeb klienta,
- czynniki wpływające na decyzję zakupową,
- budowanie wartości oferty,
- komunikowanie korzyści zamiast koncentrowania komunikacji wyłącznie na cenie,
- prowadzenie rozmowy z osobą zainteresowaną ofertą,
- reagowanie na pytania i wątpliwości klienta,
- praca z obiekcjami,
- prowadzenie klienta od zainteresowania do podjęcia decyzji.

MODUŁ 6. Pozyskiwanie klientów poprzez social media

- budowanie zainteresowania ofertą,
- przekształcanie odbiorców treści w osoby zainteresowane zakupem,
- tworzenie ścieżek prowadzących odbiorców do kontaktu,
- pozyskiwanie zapytań poprzez treści organiczne,
- prowadzenie komunikacji z potencjalnym klientem,
- ponowny kontakt z osobami, które wcześniej zainteresowały się ofertą.

MODUŁ 7. Reklama internetowa i płatne pozyskiwanie klientów

- określanie celów kampanii reklamowych,
- dobór właściwych grup odbiorców,
- tworzenie komunikatów reklamowych,
- planowanie kampanii ukierunkowanych na pozyskiwanie zapytań,
- ponowne docieranie z reklamą do osób zainteresowanych ofertą,
- ocena skuteczności kampanii.

MODUŁ 8. Analiza skuteczności marketingu i sprzedaży

- analiza liczby zapytań i sprzedaży,
- ocena skuteczności poszczególnych działań,
- analiza kosztu pozyskania klienta,
- ocena skuteczności treści i kampanii reklamowych,
- porównywanie efektywności działań marketingowych,
- podejmowanie decyzji na podstawie danych.

MODUŁ 9. Cyfryzacja i zielone kompetencje

- zwiększenie wykorzystania cyfrowych materiałów marketingowych i sprzedażowych,
- elektroniczne przekazywanie ofert i materiałów klientom,
- ograniczenie wykorzystania drukowanych materiałów reklamowych,

- tworzenie materiałów cyfrowych przeznaczonych do wielokrotnego wykorzystania,
- racjonalne wykorzystanie zasobów cyfrowych,
- wdrażanie rozwiązań ograniczających zużycie materiałów w procesach marketingowych i sprzedażowych.

MODUŁ 10. Indywidualny projekt nowego procesu pozyskiwania klientów

- przygotowanie własnego modelu procesu:
- **SOCIAL MEDIA → TREŚĆ → ZAINTERESOWANIE → ZAPYTANIE → KOMUNIKACJA → OFERTA → SPRZEDAŻ → PONOWNY KONTAKT → ANALIZA,**
- określenie sposobu zastosowania procesu w przedsiębiorstwie,
- określenie nowych zadań wykonywanych przez uczestnika,
- dobór wskaźników służących do mierzenia skuteczności procesu,
- opracowanie sposobu dalszej optymalizacji procesu na podstawie uzyskanych danych.

Walidacja efektów uczenia się

- weryfikacja wiedzy z zakresu wykorzystania AI, marketingu cyfrowego, sprzedaży i analizy danych,
- ocena wykonania zadań praktycznych,
- weryfikacja przygotowanego przez uczestnika modelu procesu pozyskiwania i obsługi klientów.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 11

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 11 Moduł 1. Sztuczna inteligencja jako nowe narzędzie pracy	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	10-10-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 11 Moduł 2. Zaawansowana komunikacja z AI i projektowanie poleceń	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	10-10-2026	10:00	12:00	02:00
Moduł 3. Strategia marki i komunikacji						
3 z 11 -	Przerwa	-	10-10-2026	12:00	12:30	00:30
4 z 11 Moduł 4. Zaawansowany content marketing i sprzedaż poprzez treści	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	10-10-2026	12:30	14:30	02:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 11 -	Przerwa	-	10-10-2026	14:30	15:00	00:30
6 z 11 Moduł 5. Psychologia decyzji zakupowych i profesjonalna komunikacja sprzedażowa Moduł 6. Pozyskiwanie klientów poprzez social media	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	10-10-2026	15:00	16:00	01:00
7 z 11 Moduł 7. Reklama internetowa i płatne pozyskiwanie klientów	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	10-10-2026	16:00	17:00	01:00
8 z 11 Moduł 8. Analiza skuteczności marketingu i sprzedaży	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	11-10-2026	09:00	12:30	03:30
9 z 11 -	Przerwa	-	11-10-2026	12:30	13:30	01:00
10 z 11 Moduł 9. Cyfryzacja i zielone kompetencje	Zajęcia	ANNA KOŚCIEŃ-RODKO	11-10-2026	13:30	16:00	02:30
11 z 11 -	Walidacja	-	11-10-2026	16:00	17:00	01:00

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	16:00
w tym suma godzin zajęć	13:00
w tym suma godzin walidacji	01:00
w tym suma przerw	02:00

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

18:30

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 ze zwolnienia z podatku VAT na podstawie art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 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	7 995,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	6 500,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	499,69 PLN
Koszt osobogodziny netto	406,25 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

ANNA KOŚCIEŃ-RODKO

Nazywam się Anna Koścień-Rodko, ukończyłam studia wyższe na kierunku kosmetologia. Od tamtej pory z powodzeniem prowadzę klinikę kosmetologii Art of Beauty. Od 8 lat zajmuję się prowadzeniem szkoleń z zakresu kosmetologii, anatomii, marketingu oraz sprzedaży. Przez te 8 lat

ukończyłam łącznie ponad 130 szkoleń u specjalistów polskich oraz zagranicznych z zakresu kosmetologii, zarządzania, marketingu, social mediów, pierwszej pomocy.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej, obejmujące prezentację, materiały pomocnicze, przykładowe schematy poleceń do AI, ćwiczenia praktyczne oraz materiały dotyczące marketingu cyfrowego, sprzedaży, social media i analizy skuteczności działań. Materiały będą przeznaczone do wykorzystania podczas szkolenia oraz jako wsparcie we wdrażaniu zdobytej wiedzy i umiejętności w pracy zawodowej.

Adres

ul. gen. Władysława Sikorskiego 45
40-282 Katowice
woj. śląskie

Celem edukacyjnym usługi jest rozwój praktycznych kompetencji uczestnika w zakresie wykorzystania sztucznej inteligencji, marketingu cyfrowego, social media, reklamy internetowej i komunikacji sprzedażowej. Uczestnik nauczy się tworzyć skuteczne treści, pozyskiwać klientów, analizować efektywność działań oraz projektować i wdrażać nowoczesny proces pozyskiwania i obsługi klientów w przedsiębiorstwie.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



ANNA KOŚCIEŃ-RODKO

E-mail annakoscienrodko@gmail.com

Telefon (+48) 798 432 935