



MAW Aneta Splett

★★★★★ 4,9 / 5

46 ocen

Tworzenie rolek i contentu sprzedażowego w social media - Cyfrowy Architekt Marki: Od Strategii do Sprzedaży Cykl spotkań, obejmujących warsztaty z zakresu marketingu, PR i korzystania z nowych technologii w codziennej pracy dla przedsiębiorców i twórców.

Numer usługi 2026/09/09/203681/3799527

📍 Wiaderno

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 34:00 h

📅 03.10.2026 do 25.10.2026

3 400,00 PLN brutto

3 400,00 PLN netto

100,00 PLN brutto/h

100,00 PLN netto/h

183,33 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Informatyka i telekomunikacja / Aplikacje biznesowe

Grupa docelowa usługi

Szkolenie skierowane jest do osób zainteresowanych rozwojem kompetencji w zakresie budowania i zarządzania marką w środowisku cyfrowym, w szczególności do:

- przedsiębiorców prowadzących działalność gospodarczą lub planujących jej rozpoczęcie,
- właścicieli małych i średnich firm,
- twórców internetowych, artystów i rękodzielników budujących własną markę,
- osób rozwijających markę osobistą (np. trenerów, specjalistów, freelancerów),
- osób odpowiedzialnych za marketing i komunikację w firmach,
- osób chcących zdobyć praktyczne umiejętności z zakresu marketingu, PR i wykorzystania nowych technologii w sprzedaży.

Szkolenie jest przeznaczone zarówno dla osób początkujących, jak i tych, które posiadają podstawową wiedzę i chcą ją uporządkować oraz rozwinąć w praktyce.

Minimalna liczba uczestników

4

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

02-10-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego budowania i rozwijania marki w środowisku cyfrowym poprzez zdobycie praktycznych umiejętności z zakresu strategii marketingowej, komunikacji, tworzenia treści oraz wykorzystania narzędzi online i AI. Uczestnicy nauczą się tworzyć spójny wizerunek, pozyskiwać klientów oraz zwiększać sprzedaż swoich produktów i usług.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
--------------------	----------------------	------------------

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik: wyjaśnia zasady budowania strategii marki oraz jej tożsamości (misja, wizja, USP), rozumie znaczenie komunikacji marketingowej i personal branding, omawia zasady funkcjonowania mediów społecznościowych oraz lejka sprzedażowego, zna podstawy tworzenia stron internetowych oraz narzędzi Google, wyjaśnia rolę treści wizualnych i video marketingu, rozumie możliwości wykorzystania narzędzi AI w marketingu. definiuje strategię marki i tworzy podstawy komunikacji marketingowej, analizuje rynek i określa wyróżnik (USP), tworzy prostą stronę internetową oraz wizytówkę Google, przygotowuje treści marketingowe (posty, opisy, newsletter), planuje działania w mediach społecznościowych, projektuje materiały graficzne i video (Canva, CapCut), wykorzystuje narzędzia AI do tworzenia treści i automatyzacji pracy, buduje podstawowy lejek sprzedażowy.	uczestnik definiuje misję, wizję oraz wyróżnik swojej marki, uczestnik opracowuje podstawowy plan komunikacji marketingowej, uczestnik analizuje konkurencję i wskazuje swoją grupę docelową, uczestnik tworzy prostą stronę internetową lub jej projekt, uczestnik konfiguruje wizytówkę firmy w Google, uczestnik przygotowuje przykładowe treści marketingowe (post, opis, newsletter), uczestnik tworzy materiały graficzne uczestnik wykorzystuje narzędzia AI do generowania treści, uczestnik przedstawia koncepcję lejka sprzedażowego dla swojej działalności.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

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

BLOK 1: Strategiczne DNA marki i wizerunek

Cel: Zdefiniowanie tożsamości marki, która wyróżni uczestnika na rynku – niezależnie od tego, czy oferuje usługi biznesowe, czy unikalne rękodzieło.

1. Misja i Wizja: rola misji (cel istnienia) i wizji (ambicja na przyszłość). Różnica między "sprzedawaniem produktów" a "realizowaniem wartości".

1.1 Model "Golden Circle" (Simon Sinek): Analiza warstw Why – How – What. Dlaczego marki z silnym "Dlaczego" przyciągają lojalnych klientów?

1.2 Warsztat: pisanie autorskiego "Manifestu Marki". Uczestnicy tworzą esencję swojej działalności w 2-3 zdaniach.

2. Strategia Komunikacji

2.1 Określenie sposobu, w jaki marka "mówi" do odbiorcy, by budować spójny wizerunek.

2.2 12 Archetypów Marki, np. Opiekun (Caregiver), Twórca (Creator), Władca (Ruler).

2.3 Język korzyści vs język emocji: warsztat dopasowania komunikacji. Jak pisać do klienta biznesowego, a jak do miłośnika sztuki?

2.4 Dobór kanałów, strategia obecności tam, gdzie misja marki rezonuje najsilniej (np. Tiktok vs Instagram).

3. Personal Branding i PR w mikro skali

3.1 Human-to-Human (H2H): Dlaczego w dobie AI autentyczna twarz twórcy/eksperta jest najcenniejszą walutą.

3.2 Storytelling biznesowy: jak opisać swoją drogę od pasji do biznesu, by budować zaufanie.

3.3 PR relacyjny: Jak zbierać opinie, dbać o „social proof” (dowód społeczny) i profesjonalnie reagować na krytykę w sieci.

4. Analiza Rynku, Konkurencji i Wyróżnik (USP)

3.4 Mapowanie konkurencji: Jak analizować innych, by nie kopiować, lecz znaleźć lukę (niszę).

3.5 Unikalna propozycja sprzedaży (USP): Warsztat definiowania wyróżnika. Co sprawia, że marka jest dobrym wyborem dla klienta?

BLOK 2: Twoje miejsce w sieci – domeny, strony i Google

Cel: Stworzenie miejsc w sieci widocznych dla klientów 24/h.

1. Webnode w praktyce: Warsztat "krok po kroku" – z budowania strony www, która jest wizytówką (dla usług) lub portfolio (dla rękodzieła).

2. Ekosystem Google:

2.1 Konfiguracja wizytówki firmy w Google – jak być widocznym na mapach lokalnie + praktyczne ćwiczenia,

2.2 Wirtualna chmura, czyli dlaczego warto przechowywać dane w różnych miejscach,

- 2.3 Dokumenty, arkusze i formularze Google (ćwiczenie z tworzenia ankiety dla klientów).
- 2.4 Analityka dla laika: na co patrzeć na stronie, żeby wiedzieć, czy marketing działa (środowisko Google Analytics).
- 2.5 Copywriting ofertowy: Jak pisać o korzyściach (dla biznesu) i emocjach (dla twórców).
- BLOK 3: Komunikacja, Sprzedaż i Lojalność
- Cel: Zamiana "obserwatora" w "klienta", a "klienta" w "ambasadora marki".
1. Social Media Mix: Facebook, Instagram, TikTok, YouTube, LinkedIn – podstawy działania platform, przydatne porady, grupy docelowe, algorytmy, warsztat z pisania postów
2. Warsztat: E-mail marketing: budowa bazy mailingowej i wysyłka pierwszego newslettera (informacyjnego lub produktowego) za pomocą MailerLite.
3. Lejek Sprzedażowy w firmie: od pierwszego kontaktu do lojalnego klienta.

BLOK 4: Fabryka Treści – Canva, CapCut

- Cel: Samodzielne tworzenie materiałów wizualnych, które nie odbiegają od projektów agencji.
1. Warsztat: Canva Pro: Tworzenie spójnych szablonów (identyfikacja marki, posty, oferty, cenniki, podziękowania dla klientów).
2. Warsztat: CapCut i Video Marketing: montaż krótkich form do "rolek" w mediach społecznościowych
3. Visual Storytelling: Jak zdjęcia i wideo budują wartość produktu/usługi w oczach klienta.

BLOK 5: AI – Twój osobisty zespół marketingowy

- Cel: Wykorzystanie sztucznej inteligencji do automatyzacji powtarzalnych zadań i generowania pomysłów.
1. ChatGPT & Gemini: generowanie strategii komunikacji, haseł reklamowych i scenariuszy wideo, warsztat z pisania promptów
2. Generatory obrazu i dźwięku (Nano Banana, Suno): tworzenie unikalnych grafik do reklam i autorskiej oprawy muzycznej + praktyczne ćwiczenia
3. AI w codziennej pracy: jak skrócić czas pisania maili i postów o połowę.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 22

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Cyfrowy architekt marki - wprowadzenie do kursu	Zajęcia	Dominika Bernacka	03-10-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 22 Blok I - Tożsamość marki i autoprezentacja	Zajęcia	Dominika Bernacka	03-10-2026	10:00	13:00	03:00
3 z 22 -	Przerwa	-	03-10-2026	13:00	14:00	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
4 z 22 Blok II - Twoja baza w sieci - Wizytówka Google	Zajęcia	Dominika Bernacka	03-10-2026	14:00	16:00	02:00
5 z 22 Podsumowanie wiedzy z minionego spotkania	Zajęcia	Dominika Bernacka	04-10-2026	09:00	09:30	00:30
6 z 22 Blok III - AI jako osobisty asystent marketingowy	Zajęcia	Dominika Bernacka	04-10-2026	09:30	13:00	03:30
7 z 22 -	Przerwa	-	04-10-2026	13:00	14:00	01:00
8 z 22 Blok IV - Fabryka Treści - Wprowadzenie do Video Marketingu	Zajęcia	Dominika Bernacka	04-10-2026	14:00	16:00	02:00
9 z 22 Podsumowanie wiedzy z minionego spotkania	Zajęcia	Dominika Bernacka	11-10-2026	09:00	09:30	00:30
10 z 22 Blok IV cd.	Zajęcia	Dominika Bernacka	11-10-2026	09:30	12:30	03:00
11 z 22 -	Przerwa	-	11-10-2026	12:30	13:30	01:00
12 z 22 Blok V - Identyfikacja marki oraz Canva Pro dla Biznesu	Zajęcia	Dominika Bernacka	11-10-2026	13:30	15:30	02:00
13 z 22 Podsumowanie wiedzy z minionego spotkania	Zajęcia	Dominika Bernacka	24-10-2026	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 22 Blok V cd.	Zajęcia	Dominika Bernacka	24-10-2026	09:30	11:30	02:00
15 z 22 Blok VI - Dystrybucja i Sprzedaż - Social Media Mix	Zajęcia	Dominika Bernacka	24-10-2026	11:30	13:00	01:30
16 z 22 -	Przerwa	-	24-10-2026	13:00	14:00	01:00
17 z 22 Blok VI cd.	Zajęcia	Dominika Bernacka	24-10-2026	14:00	16:00	02:00
18 z 22 Podsumowanie wiedzy z minionego spotkania	Zajęcia	Dominika Bernacka	25-10-2026	09:00	09:30	00:30
19 z 22 Blok VII - E-mail marketing	Zajęcia	Dominika Bernacka	25-10-2026	09:30	12:30	03:00
20 z 22 -	Przerwa	-	25-10-2026	12:30	13:30	01:00
21 z 22 Blok VIII - Ekosystem sprzedażowy - warsztat integracyjny	Zajęcia	Dominika Bernacka	25-10-2026	13:30	15:00	01:30
22 z 22 -	Walidacja	-	25-10-2026	15:00	15:30	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	34:00
w tym suma godzin zajęć	28:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	05:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	38:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 400,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 113 ust. 1 ustawy o VAT ze względu na wartość sprzedaży	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	100,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	100,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	34:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Dominika Bernacka

Specjalista ds. marketingu i PR z blisko 10-letnim doświadczeniem w sektorze kreatywnym. Jako starszy specjalista w Łódzkim Domu Kultury (ŁDK) – samorządowej instytucji kultury, w dziale Komunikacji i promocji projektuje i wdraża strategię komunikacji marki oraz dba o spójność identyfikacji wizualnej instytucji. Odpowiada za relacje z mediami lokalnym i ogólnopolskimi, pozyskiwanie patronatów, obsługę mediów społecznościowych, zlecanie gadżetów reklamowych, produkcję contentu foto, wideo i grafik, administruje stroną www, pozyskuje środki zewnętrzne, koordynuje projekty kulturalne o zasięgu wojewódzkim.

Wiedzę akademicką przekazuje jako wykładowca na studiach podyplomowych „Zarządzanie kulturą” w Akademii Humanistyczno-Ekonomicznej w Łodzi (AHE), gdzie współprowadzi przedmioty: „Finansowanie kultury” oraz „Promocja kultury”. Jej fundamentem merytorycznym jest wykształcenie uzyskane na Uniwersytecie Łódzkim: studia magisterskie z Filologii Angielskiej (specjalizacja: Kultura, Media i Komunikacja) oraz studia podyplomowe z Edytorstwa tekstów literackich i użytkowych. Często uczestniczy w szkoleniach branżowych, na bieżąco aktualizując swoją wiedzę z online marketingu. Szkoliła się, m.in. u Pawła Tkaczyka, Artura Jabłońskiego czy Grzegorza Jędrka i Pawła Żuka (Wniedoczasie.pl).

Praktyczne zrozumienie sektora marek osobistych i mikro przedsiębiorców czerpie z własnego doświadczenia jako współzałożyciel pracowni twórczej „Uczerpane”.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z całego zakresu kursu.

Warunki uczestnictwa

Warunkiem skorzystania z usługi jest ukończenie 18 roku życia, posiadanie własnego laptopa na zajęciach oraz dokonanie bezpośredniego zapisu na usługę za pośrednictwem Bazy Usług Rozwojowych oraz wypełnienie ankiety oceniającej usługę rozwojową po jej zakończeniu.

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych, gdzie 1 godzina szkoleniowa wynosi 45 minut.

Przerwy nie są wliczane do czasu trwania szkolenia. Ze względu na charakter zajęć oraz indywidualne tempo pracy uczestników przerwy mogą odbywać się w różnych godzinach, tak aby nie przerywać wykonywania zabiegów w kluczowych etapach pracy.

Cena szkolenia nie obejmuje kosztów noclegu, transportu oraz pełnego wyżywienia uczestników.

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot pełniący funkcję Operatora ani Partnera Operatora w danym projekcie PSF, Regionalnym Programie lub FERS, ani przez podmiot powiązany z Operatorem lub Partnerem kapitałowo lub osobowo.

Adres

Wiaderno 25A
97-200 Wiaderno
woj. łódzkie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



ANETA SPLETT

E-mail szkolenia.maw@gmail.com

Telefon (+48) 669 585 668