Możliwość dofinansowania

Marketing lokalny i budowanie profesjonalnego wizerunku dla małych firm usługowych - Szkolenie

Numer usługi 2026/09/21/225872/3823741

2 880,00 PLN brutto
2 880,00 PLN netto
180,00 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa

Lendemain Atelier - Jarosław Adam Ułanowski

Brak ocen dla tego dostawcy

- Usługa szkoleniowa
- zdalna w czasie rzeczywistym
- Zajęcia grupowe
- 16:00 h
- 20.03.2027 do 21.03.2027

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do właścicieli, współwłaścicieli oraz osób zarządzających małymi firmami usługowymi i mikroprzedsiębiorstwami działającymi na rynku lokalnym. Usługa adresowana jest w szczególności do osób prowadzących działalność m.in. w branży beauty, usługach lokalnych, handlu, budownictwie, turystyce, zdrowiu i rozwoju osobistym, które chcą uporządkować komunikację swojej firmy, zwiększyć jej rozpoznawalność na rynku lokalnym oraz budować profesjonalny, spójny i wiarygodny wizerunek online i offline. Szkolenie jest również przeznaczone dla przedsiębiorców, którzy dotychczas opierali działania promocyjne głównie na rekomendacjach, mediach społecznościowych lub nieregularnych działaniach marketingowych i chcą samodzielnie podejmować trafniejsze decyzje dotyczące komunikacji i promocji firmy. Usługa skierowana jest również do uczestników projektu „Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe”
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	19-03-2027
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

Celem szkolenia jest przygotowanie uczestników do samodzielnego planowania i prowadzenia podstawowych działań marketingu lokalnego oraz budowania profesjonalnego i spójnego wizerunku małej firmy usługowej. Po zakończeniu szkolenia uczestnik analizuje wizerunek firmy, identyfikuje potrzeby lokalnych klientów, porządkuje ofertę, projektuje komunikację online i offline, dobiera lokalne kanały promocji oraz opracowuje plan działań marketingowych dostosowany do możliwości firmy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje wizerunek firmy na rynku lokalnym	wskazuje kluczowe punkty styku klienta z firmą	Obserwacja w warunkach symulowanych
	identyfikuje mocne i słabe strony komunikacji	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje obszary wymagające poprawy	Obserwacja w warunkach symulowanych
Charakteryzuje grupę docelową i formułuje przekaz marketingowy firmy	charakteryzuje potrzeby, obawy i motywacje lokalnych klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	formułuje komunikat określający ofertę, odbiorcę i korzyści	Obserwacja w warunkach symulowanych
	wskazuje wyróżniki firmy	Obserwacja w warunkach symulowanych
Projektuje spójną komunikację firmy online i offline	dobiera elementy wizualne do charakteru firmy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	projektuje przykładowe treści w spójnym tonie i stylu	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ocenia spójność komunikacji w poszczególnych kanałach	Obserwacja w warunkach symulowanych
Dobiera kanały promocji do specyfiki firmy i lokalnej grupy klientów	wskazuje adekwatne kanały dotarcia do klientów	Obserwacja w warunkach symulowanych
	uzasadnia ich dobór	Obserwacja w warunkach symulowanych
	rozróżnia działania zwiększające rozpoznawalność od działań budujących zaufanie	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opracowuje plan działań marketingowych firmy	przygotowuje 30-dniowy harmonogram działań	Obserwacja w warunkach symulowanych
	ustala priorytety i terminy	Obserwacja w warunkach symulowanych
	dobiera sposoby monitorowania rezultatów	Obserwacja w warunkach symulowanych
Rozróżnia zasady i narzędzia marketingu lokalnego oraz budowania profesjonalnego wizerunku firmy	rozróżnia podstawowe cele działań marketingu lokalnego	Test teoretyczny
	dentyfikuje funkcje wybranych kanałów komunikacji i promocji;	Test teoretyczny
	rozróżnia działania służące budowaniu rozpoznawalności, spójności i wiarygodności firmy	Test teoretyczny

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

Szkolenie „Marketing lokalny i budowanie profesjonalnego wizerunku dla małych firm usługowych” koncentruje się na praktycznym przygotowaniu uczestników do planowania i prowadzenia działań marketingowych na rynku lokalnym. Program obejmuje analizę obecnego wizerunku firmy, określanie grupy docelowej, porządkowanie oferty i komunikatu marketingowego, projektowanie spójnej komunikacji online i offline, dobór lokalnych kanałów promocji oraz opracowanie planu działań marketingowych.

Szkolenie ma charakter teoretyczno-praktyczny. Wiedza przekazywana podczas zajęć jest uzupełniana ćwiczeniami, analizą przykładów oraz zadaniami odnoszącymi się do specyfiki małych firm usługowych. Uczestnicy pracują m.in. nad diagnozą wizerunku firmy, charakterystyką lokalnej grupy docelowej, komunikatem dotyczącym oferty, spójnością komunikacji oraz 30-dniowym planem działań marketingowych.

Organizacja szkolenia

Usługa realizowana jest w formie zdalnej w czasie rzeczywistym, w formule zajęć grupowych dla 2–10 uczestników, za pośrednictwem platformy ClickMeeting.

Szkolenie obejmuje łącznie 16 godzin zegarowych. Szczegółowe godziny realizacji poszczególnych modułów, przerw oraz walidacji zostaną wskazane w harmonogramie usługi.

W trakcie realizacji szkolenia wykorzystywane są w szczególności:

- wykład interaktywny,
- prezentacja,
- analiza przykładów i dobrych praktyk,
- dyskusja moderowana,
- ćwiczenia indywidualne,
- zadania praktyczne,
- analiza przypadku,
- praca z przygotowanymi formularzami, checklistami i szablonami.

Zajęcia realizowane są zdalnie w czasie rzeczywistym za pośrednictwem platformy ClickMeeting, umożliwiającej bezpośrednią komunikację uczestników z trenerem, prezentowanie materiałów, wykonywanie ćwiczeń oraz omawianie rezultatów pracy.

Każdy uczestnik powinien posiadać komputer lub laptop z dostępem do stabilnego połączenia internetowego, kamerą, mikrofonem oraz głośnikami lub słuchawkami. Uczestnicy otrzymują przed rozpoczęciem szkolenia link umożliwiający dołączenie do wirtualnego pokoju szkoleniowego. Założenie indywidualnego konta na platformie ClickMeeting nie jest wymagane.

Walidacja przeprowadzana jest po zakończeniu części dydaktycznej i służy sprawdzeniu osiągnięcia przez uczestników określonych w Karcie Usługi efektów uczenia się zgodnie z przypisanymi do nich kryteriami weryfikacji.

Walidacja przeprowadzana jest przez osobę nieuczestniczącą w procesie kształcenia, z zachowaniem rozdzielności procesu szkolenia i walidacji.

Uczestnicy otrzymują materiały wspierające realizację programu oraz późniejsze wykorzystanie zdobytych umiejętności w praktyce zawodowej, w szczególności:

- prezentację szkoleniową w formacie PDF,
- kartę autodiagnozy wizerunku firmy lokalnej,
- szablon persony klienta lokalnego,
- szablon prostego komunikatu marketingowego,
- checklistę spójności wizerunku online i offline,
- szablon 30-dniowego planu działań marketingowych,
- przykładowe formaty postów i tematów komunikacji dla firm usługowych.

Materiały zostaną przekazane uczestnikom w formie elektronicznej.

Podczas zajęć zdalnych w czasie rzeczywistym wykorzystywane są funkcjonalności platformy ClickMeeting umożliwiające bezpośrednią interakcję trenera z uczestnikami, w szczególności rozmowa audio-wideo na żywo, czat oraz współdzielenie ekranu. W ramach części praktycznej uczestnicy wykonują ćwiczenia i zadania, których rezultaty są omawiane podczas zajęć

RAMOWY PROGRAM:

I. Marketing lokalny i diagnoza obecnego wizerunku firmy

- rola marketingu lokalnego w małej firmie usługowej;
- najczęstsze problemy: brak spójności, przypadkowe publikacje, brak jasnej oferty, niska widoczność;
- czym różni się rozpoznawalność od profesjonalnego wizerunku;
- audyt podstawowych punktów styku klienta z firmą: szyld, lokal, social media, wizytówka Google, opinie, materiały drukowane, sposób obsługi klienta;
- ćwiczenie: szybka diagnoza obecnego wizerunku własnej firmy.

II. Klient lokalny, oferta i komunikat sprzedażowy

- określenie grupy docelowej w mieście 10-100 tys. mieszkańców;
- rozpoznawanie realnych potrzeb, obaw i motywacji klientów;
- porządkowanie oferty usługowej i nadawanie jej czytelnej struktury;
- tworzenie prostych komunikatów: co oferuję, dla kogo, dlaczego warto, jak skorzystać;
- wyróżniki firmy lokalnej: relacje, zaufanie, specjalizacja, doświadczenie, dostępność, jakość obsługi.

III. Spójny wizerunek online i offline

- podstawowe zasady identyfikacji wizualnej: kolorystyka, typografia, zdjęcia, układ materiałów;
- język komunikacji marki: ton, styl, sposób opisywania usług i odpowiadania klientom;
- wizerunek właściciela jako element zaufania do małej firmy;
- spójność między lokalem, materiałami drukowanymi, social mediami i obsługą klienta;
- przykłady dobrych i słabych praktyk w komunikacji lokalnych firm usługowych.

IV. Kanały marketingu lokalnego i plan działań

- Facebook, Instagram i Google Business Profile - podstawowe zastosowania i ograniczenia;
- opinie klientów, rekomendacje i lokalne partnerstwa jako narzędzia budowania wiarygodności;
- prosty kalendarz treści: edukacja, prezentacja usług, dowody zaufania, kulisy pracy, oferta;
- jak planować działania przy ograniczonym czasie i budżecie;
- ćwiczenie: przygotowanie szkicu 30-dniowego planu działań marketingowych dla własnej firmy.

Walidacja efektów uczenia się

- test teoretyczny i obserwacja w warunkach symulowanych.

Warunkiem ukończenia szkolenia jest udział w zajęciach oraz przystąpienie do walidacji efektów uczenia się.

Szkolenie kończy się uzyskaniem kompetencji w zakresie podstaw marketingu lokalnego, budowania spójnego wizerunku oraz planowania działań komunikacyjnych małej firmy usługowej.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 14

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Moduł 1. Marketing lokalny i diagnoza obecnego wizerunku firmy (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	20-03-2027	08:00	10:15	02:15
2 z 14 -	Przerwa	-	20-03-2027	10:15	10:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 14 Moduł 1. Marketing lokalny i diagnoza obecnego wizerunku firmy (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	20-03-2027	10:30	12:00	01:30
4 z 14 -	Przerwa	-	20-03-2027	12:00	12:30	00:30
5 z 14 Moduł 2. Klient lokalny, oferta i komunikat marketingowy (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	20-03-2027	12:30	14:00	01:30
6 z 14 -	Przerwa	-	20-03-2027	14:00	14:15	00:15
7 z 14 Moduł 2. Klient lokalny, oferta i komunikat marketingowy (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	20-03-2027	14:15	16:00	01:45
8 z 14 Moduł 3. Spójny wizerunek online i offline (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	21-03-2027	08:00	10:15	02:15
9 z 14 -	Przerwa	-	21-03-2027	10:15	10:30	00:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 14 Moduł 3. Spójny wizerunek online i offline (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	21-03-2027	10:30	11:45	01:15
11 z 14 -	Przerwa	-	21-03-2027	11:45	12:15	00:30
12 z 14 Moduł 4. Kanały marketingu lokalnego i plan działań (rozmowa na żywo, ćwiczenia, czat, współdzielenie ekranu)	Zajęcia	JAROSŁAW UŁANOWSKI	21-03-2027	12:15	14:45	02:30
13 z 14 -	Przerwa	-	21-03-2027	14:45	15:00	00:15
14 z 14 -	Walidacja	-	21-03-2027	15:00	16:00	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
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	18:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 880,00 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	2 880,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	16:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1

1 z 1

JAROSŁAW UŁANOWSKI

Jarosław Adam Ułanowski jest specjalistą w zakresie marketingu, komunikacji wizualnej i projektowania graficznego. Ukończył Państwowe Liceum Sztuk Plastycznych im. Władysława Hasiora w Koszalinie oraz studia na Wydziale Architektury i Wzornictwa Politechniki Koszalińskiej, ze specjalizacją Komunikacja Wizualna.

Od 2017 roku zawodowo związany jest z marketingiem, zdobywając doświadczenie m.in. w dziale marketingu dużej firmy z branży IT. Prowadzi własną działalność gospodarczą w obszarze reklamy, brandingu, projektowania graficznego i komunikacji wizualnej, w ramach której realizuje projekty dla klientów oraz prowadzi szkolenia, warsztaty i konsultacje marketingowe.

Specjalizuje się w projektowaniu graficznym, identyfikacji wizualnej, tworzeniu strategii marki. W ramach realizowanych projektów zajmuje się również fotografią, filmowaniem oraz organizacją wydarzeń i działań promocyjnych.

Ukończył wiele szkoleń z zakresu employer brandingu, social mediów, Meta Ads oraz zarządzania małą firmą. W pracy łączy doświadczenie marketingowe z praktyczną znajomością narzędzi graficznych, reklamowych i AI. Prowadzi konsultacje oraz warsztaty praktyczne, a jego firma działa zgodnie z wymaganiami normy ISO 9001.

Łączy kreatywność, analityczne myślenie i zamiłowanie do sztuk wizualnych. W marketingu stawia na prosty przekaz, sprawdzone działania i rozwiązania, które pomagają klientom lepiej rozumieć komunikację marki zarówno online, jak i offline.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują materiały wspierające realizację programu oraz późniejsze wykorzystanie zdobytych umiejętności w praktyce zawodowej, w szczególności:

- prezentację szkoleniową w formacie PDF,
- kartę autodiagnozy wizerunku firmy lokalnej,
- szablon persony klienta lokalnego,
- szablon prostego komunikatu marketingowego,
- checklistę spójności wizerunku online i offline,
- szablon 30-dniowego planu działań marketingowych,
- przykładowe formaty postów i tematów komunikacji dla firm usługowych.

Materiały zostaną przekazane uczestnikom w formie elektronicznej.

Informacje dodatkowe

Usługa skierowana jest również do uczestników projektu „Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe”

Warunki techniczne

Warunki techniczne szkolenia online:

Szkolenie będzie realizowane zdalnie przy wykorzystaniu platformy **ClickMeeting**.

Sprzęt i oprogramowanie:

Aby prawidłowo uczestniczyć w zajęciach, uczestnik powinien dysponować komputerem lub laptopem wyposażonym w stabilne połączenie z Internetem, kamerę oraz mikrofon.

Minimalna konfiguracja urządzenia obejmuje:

- procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 GHz; rekomendowany jest procesor czterordzeniowy;
- minimum 2 GB pamięci RAM, przy czym dla większego komfortu pracy zalecane jest 4 GB lub więcej;
- system Windows 8 lub nowszy, macOS od wersji 10.13, Linux albo Chrome OS. Zaleca się korzystanie z możliwie aktualnej wersji systemu operacyjnego.

Parametry połączenia internetowego:

Do prawidłowego udziału w szkoleniu wymagane jest stabilne połączenie z Internetem. Minimalna przepustowość łącza wynosi 512 kbps dla samego dźwięku, około 1–2 Mbps przy korzystaniu z obrazu oraz od 1 do 5 Mbps podczas udostępniania ekranu, w zależności od wybranego trybu i jakości transmisji.

Dostęp do platformy:

ClickMeeting działa z poziomu przeglądarki internetowej. Do obsługiwanych przeglądarek należą m.in. Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Microsoft Edge oparty na Chromium, Opera oraz Yandex. Dla zapewnienia prawidłowego działania platformy zalecane jest korzystanie z aktualnej wersji wybranej przeglądarki.

Platforma obsługuje zarówno kamery wbudowane w komputery i laptopy, jak również większość popularnych kamer zewnętrznych.

Udział w szkoleniu możliwy jest również z urządzeń mobilnych. W takim przypadku może być wymagane zainstalowanie aplikacji ClickMeeting dostępnej w App Store lub Google Play.

Do korzystania z komunikacji audio i wideo niezbędne jest urządzenie wyposażone w kamerę, mikrofon oraz głośniki lub zestaw słuchawkowy. Sprzęt powinien być poprawnie wykrywany przez system i nie może być w tym samym czasie wykorzystywany przez inną aplikację.

Dołączenie do szkolenia

Założenie indywidualnego konta w ClickMeeting nie jest wymagane. Przed rozpoczęciem zajęć każdy uczestnik otrzyma wiadomość e-mail zawierającą link umożliwiający wejście do wirtualnego pokoju szkoleniowego.

Potwierdzeniem realizacji usługi będzie raport wygenerowany z platformy ClickMeeting, zawierający dane pozwalające na identyfikację uczestników oraz wykorzystanego podczas szkolenia narzędzia

Kontakt

JAROSŁAW UŁANOWSKI

E-mail lendemain.atelier@gmail.com
Telefon (+48) 795 010 593