

DIGITALK Artur
Jabłoński

★★★★★ 4,9 / 5

35 ocen

Szkolenie Facebook Ads - Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie + AI

Numer usługi 2026/09/24/178714/3831872

📍 Warszawa

🏠 Usługa szkoleniowa

📅 stacjonarna

👥 Zajęcia grupowe

🕒 14:00 h

📅 01.12.2026 do 02.12.2026

2 324,70 PLN brutto

1 890,00 PLN netto

166,05 PLN brutto/h

135,00 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do specjalistów ds. marketingu, właścicieli firm i e-commerce, freelancerów, agencji marketingowych oraz osób początkujących w reklamie na Facebooku i Instagramie. Uczestnicy nauczą się skutecznego planowania, optymalizacji i analizy kampanii reklamowych.

Dla kogo?

- Marketerzy i media buyerzy chcący poprawić wyniki kampanii.
- Przedsiębiorcy i sklepy internetowe zwiększające sprzedaż online.
- Freelancerzy i konsultanci rozwijający ofertę usług reklamowych.
- Agencje marketingowe zarządzające budżetami klientów.
- Osoby początkujące, które chcą opanować reklamy w Meta Ads.

Szkolenie obejmuje praktyczne ćwiczenia i strategie, które pozwolą na natychmiastowe wdrożenie zdobytej wiedzy w działaniach reklamowych.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

25

Data zakończenia rekrutacji

30-11-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania, tworzenia, zarządzania i optymalizacji płatnych kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram). Po jej ukończeniu uczestnik będzie gotowy do obsługi Menedżera Reklam w celu efektywnego docierania do grup docelowych i realizacji konkretnych celów biznesowych, takich jak generowanie sprzedaży czy pozyskiwanie kontaktów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekt uczenia się: Uczestnik planuje i konfiguruje kampanię reklamową w Menedżerze Reklam, dobierając ustawienia do założonych celów biznesowych.	Dobiera cel reklamowy (np. ruch, konwersje, pozyskanie kontaktów) adekwatny do przedstawionego scenariusza biznesowego.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Definiuje i konfiguruje grupy odbiorców (podstawowe, niestandardowe na podstawie Piksela Meta, podobne) w oparciu o charakterystykę produktu i grupy docelowej.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Określa budżet oraz wybiera umiejscowienia reklamy (np. Aktualności na Facebooku, Instagram Stories) odpowiednie dla celu kampanii i formatu kreacji.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Uczestnik tworzy kompletne kreacje reklamowe zgodne z dobrymi praktykami i zasadami reklamowymi platform Meta.	Redaguje teksty reklamowe (nagłówki, treść główna, wezwanie do działania), stosując zasady skutecznego copywritingu.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Dobiera formaty reklamowe (np. pojedynczy obraz, karuzela, wideo) adekwatne do wybranego umiejscowienia i celu kampanii.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Weryfikuje zgodność przygotowanej reklamy z kluczowymi zasadami reklamowymi Meta w celu minimalizacji ryzyka jej odrzucenia.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje wyniki i optymalizuje działające kampanie reklamowe w celu poprawy ich efektywności.	Interpretuje kluczowe wskaźniki efektywności (m.in. CTR, CPC, ROAS, koszt za wynik) w raportach Menedżera Reklam.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Podejmuje decyzje optymalizacyjne (np. modyfikacja grupy odbiorców, zmiana kreacji, alokacja budżetu) w oparciu o wnioski z analizy danych.	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Proponuje metody skalowania kampanii (pionowe lub poziome) adekwatne do jej wyników i dostępnego budżetu.	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

Dla kogo jest to szkolenie:

- **Pracownicy działów marketingu** Osoby odpowiedzialne za promocję w mediach społecznościowych, które chcą usystematyzować wiedzę, poznać zaawansowane techniki i zoptymalizować wydawane budżety.
- **Przedsiębiorcy oraz właściciele małych i średnich firm** Właściciele, którzy sami zarządzają marketingiem lub chcą lepiej rozumieć i kontrolować działania zlecane agencjom zewnętrznym.
- **Specjaliści e-commerce i właściciele sklepów internetowych** Osoby, dla których reklama w systemie Meta jest kluczowym kanałem pozyskiwania klientów i generowania sprzedaży.
- **Freelancerzy i osoby prowadzące własną działalność** Profesjonaliści, którzy chcą samodzielnie promować swoje usługi i budować markę osobistą w mediach społecznościowych.

- **Osoby początkujące** Wszyscy, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z płatnymi reklamami na Facebooku i Instagramie i chcą uniknąć kosztownych błędów na starcie.

W skrócie, jest to szkolenie dla każdego, kto chce **praktycznie nauczyć się**, jak tworzyć reklamy, które przynoszą realne efekty biznesowe, takie jak sprzedaż czy pozyskiwanie klientów.

Podczas szkolenia uczestnikom przysługuje przerwa obiadowa, uwzględniona w harmonogramie.

Czas trwania usługi to 12H zegarowych. 1h to 60 minut

Grupa szkoleniowa będzie liczyć maksymalnie 25 uczestników.

Szkolenie ma formę wykładów, które potem ćwiczone są warsztatowo. Każdy uczestnik przeprowadza ćwiczenia na komputerze i prawdziwym koncie reklamowym.

Frekwencja potwierdzana na jest na podstawie listy obecności. Aby ukończyć szkolenie uczestnik musi mieć 100% frekwencji.

Nie ma określonych warunków niezbędnych do zdobycia kwalifikacji /kompetencji.

Łącznie ćwiczeń praktycznych będzie ok 6h.

Liczba godzin teoretycznych 6, liczba godzin praktycznych 6. W czasie trwania szkolenia godzina będzie przeznaczona na przerwy: kawowe oraz jedna dłuższa na obiad, łącznie przerwy nie przekroczą czasu trwania 60 min - każdego dnia)

Proces weryfikacji wiedzy i wydawania certyfikatów:

1. **Udostępnienie testu:** Na zakończenie szkolenia uczestnicy otrzymują link do interaktywnego testu wiedzy.
2. **Wypełnienie i natychmiastowy wynik:** Uczestnicy rozwiązują test online. Bezpośrednio po wysłaniu odpowiedzi system automatycznie przelicza punkty i od razu wyświetla uczestnikowi jego wynik wraz z informacją o zaliczeniu. Próg zdawalności wynosi **75% prawidłowych odpowiedzi**.
3. **Automatyczna rejestracja i walidacja:** Wyniki trafiają w czasie rzeczywistym do osoby prowadzącej walidację, co eliminuje potrzebę ręcznego zbierania i oceniania arkuszy przez trenera.
4. **Wysyłka certyfikatów:** Osoby, które uzyskały pozytywny wynik (minimum 75%), otrzymają imienny certyfikat ukończenia szkolenia w odrębnej wiadomości e-mail.

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

Usługa rozwojowa nie jest świadczona przez podmiot będący jednocześnie podmiotem korzystającym z usług rozwojowych o zbliżonej tematyce w ramach danego projektu.

Usługa rozwojowa nie obejmuje wzajemnego świadczenia usług w projekcie o zbliżonej tematyce przez Dostawców usług, którzy delegują na usługi siebie lub swoich pracowników i korzystają z dofinansowania, a następnie świadczą usługi w zakresie tej samej tematyki dla Przedsiębiorcy, który wcześniej występował w roli Dostawcy tych usług.

Cena usługi nie obejmuje kosztów niezwiązanych bezpośrednio z usługą rozwojową, w szczególności kosztów środków trwałych przekazywanych Przedsiębiorcom lub Pracownikom przedsiębiorcy, kosztów dojazdu oraz zakwaterowania

DZIEŃ 1

Pierwsze kroki z reklamą na Facebooku

- ➔ Jak uruchomić podstawową reklamę na Facebooku - promowanie postów - i kiedy warto to robić.
- ➔ Fakty i mity na temat reklamy na Facebooku.
- ➔ Panel reklamowy na Facebooku (Menadżer reklam/Ads Manager) - jak działa (omówienie struktury i funkcji).
- ➔ Ustawienia konta, rozliczenia, metody płatności, faktury i inne elementy organizacyjne.
- ➔ Manager Firmy na Facebooku (Facebook Business Manager) - co to jest i kiedy warto z niego korzystać.
- ➔ Co wolno, a czego nie wolno reklamować na FB i czy da się obejść zakazy?

Cele reklamowe na Facebooku

- ➔ Omówienie struktury kampanii reklamowych na Facebooku (Cele - Zestawy Reklam - Reklamy).
- ➔ Czym są cele reklamowe? Szczegółowe omówienie każdego z nich wraz z przykładami użycia.

- ➔ Kiedy korzystać z którego celu reklamowego - konkretne instrukcje działania.
- ➔ Wybór celu a optymalizacja reklam - omówienie działania algorytmu stojącego za reklamami na Facebooku.

Grupy docelowe na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak dobrać budżet reklamy na Facebooku - ile właściwie trzeba na nią wydawać?
- ➔ Wpływ wielkości budżetu na ustawienia reklamy na Facebooku i Instagramie - czym się kierować, gdy dysponujemy mniejszymi lub większymi środkami.
- ➔ Lokalizacja - czy kierować reklamę na całą Polskę i konkretne miasta?
- ➔ Dobieranie zainteresowań. Ile i które wybrać? Skąd brać pomysły na targetowanie?

Niestandardowe grupy odbiorców

- ➔ Czym są grupy niestandardowe i podobne oraz kiedy ich używać, a kiedy unikać.
- ➔ Tworzenie grup niestandardowych opartych o aktywnych użytkowników profilu na Facebooku bądź Instagramie.
- ➔ Omówienie sprawdzonych grup niestandardowych i podobnych - od baz mejlowych po wysłane formularze kontaktowe na stronie internetowej.
- ➔ Jak docierać na Facebooku do przedsiębiorców i grup docelowych firm B2B?
- ➔ Jak kierować reklamę do osób majątnych?
- ➔ Jak konfigurować reklamy, gdy mamy na nie do wydania kilkaset złotych, a jak gdy są to tysiące lub dziesiątki tysięcy?

Remarketing na Facebooku i Instagramie

- ➔ Czym jest, jak działa i do czego służy piksel Facebooka?
- ➔ Jak zainstalować piksel Facebooka - omówienie 3 dostępnych sposobów?
- ➔ Jak uruchomić remarketing na Facebooku i jakie są jego rodzaje?
- ➔ Jak dotrzeć do osób, które były na naszej stronie internetowej, oglądały nasze filmy czy są aktywne na profilu na Instagramie?
- ➔ Czym są grupy podobnych odbiorców i jak je wykorzystać w swoich kampaniach?

Tworzenie reklamy krok po kroku

- ➔ Uruchamianie reklamy na Facebooku krok po kroku.
- ➔ Najczęstsze błędy i jak ich unikać.
- ➔ Skuteczne grafiki – czyli jakie (przykłady, wzory).
- ➔ Jak pisać teksty reklam, by angażować i sprzedawać
- ➔ Przykłady gotowej struktury dla Twojego konta reklamowego do wdrożenia po szkoleniu
- ➔ Polecane narzędzia AI do tworzenia grafik reklamowych
- ➔ Testujemy gotowe prompty do tworzenia tekstów reklam na Facebooku

DZIEŃ 2

Najnowsze zmiany i opcje reklamowe na Facebooku i Instagramie

Omówienie nowych funkcji, metod targetowania i ograniczeń, który Facebook oraz Instagram wprowadził w ostatnich tygodniach i zamierza wprowadzić w najbliższych miesiącach.

Na ten moment skupiamy się na:

1. Nowym podziale celów reklamowych
2. API konwersji
3. Konsekwencjach iOS dla mierzenia i optymalizacji

Analiza reklam na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- ➔ Jak podglądać reklamy konkurencji.
- ➔ Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- ➔ Mierzenie skuteczności kampanii za pomocą linków UTM.
- ➔ Facebook kontra Google Analytics. Różnice w raportach - z czego wynikają i jak sobie z tym poradzić?
- ➔ Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam - między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS.

Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie?
- ➔ Wykluczenia - w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- ➔ Automatyzacja działań na Facebooku - reguły automatyczne i rozwiązania zewnętrzne.
- ➔ Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG.
- ➔ Jakie narzędzia AI sprawdzają się do analizy danych z panelu reklamowego Facebooka?

Zaawansowany Remarketing na Facebooku i Instagramie

- ➔ Zaawansowane konfiguracje remarketingu.
- ➔ Tworzenie grup docelowych w oparciu o: czas na stronie, odwiedzone podstrony, częstotliwość wizyty czy konkretne kliknięte reklamy i ich sekwencje - ćwiczenia praktyczne.
- ➔ Jak docierać do cudzych grup odbiorców?

Sztuczna inteligencja (AI) w reklamie na Facebooku i Instagramie

Narzędzia i rozwiązania oparte o sztuczną inteligencję towarzyszą nam praktycznie w każdym module podczas obu dni szkoleniowych. Podczas tej części dnia drugiego skupiamy się już wyłącznie na nich.

Podczas tego modułu dowiesz się m.in:

- czy istnieją dedykowane narzędzia AI do reklam Meta? Które z nich są warte uwagi, a które to strata czasu i pieniędzy?
- Agenci AI w reklamach na Facebooku i Instagramie – czy jest sposób, by reklamy robiły (wyklikwały) się same?
- Jak tworzyć spójne wizualnie, dopasowane do Twojej marki kreacje graficzne i wideo do reklam na Facebooku i Instagramie, po których nie widać, że tworzyła je sztuczna inteligencja?
- Jak zachować spójność językową i wizualną w materiałach tworzonych z pomocą AI?
- Jak analizować działania konkurencji i zbadać własną grupę docelową z pomocą AI?
- Narzędzia AI dedykowane reklamom i działaniom e-commerce.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 17 Pierwsze kroki z reklamą na Facebooku	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	10:00	10:45	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 17 Cele reklamowe na Facebooku	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	10:45	11:30	00:45
3 z 17 -	Przerwa	-	01-12-2026	11:30	11:35	00:05
4 z 17 Grupy docelowe na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	11:35	12:35	01:00
5 z 17 -	Przerwa	-	01-12-2026	12:35	13:25	00:50
6 z 17 Niestandardowe grupy odbiorców	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	13:25	14:10	00:45
7 z 17 -	Przerwa	-	01-12-2026	14:10	14:15	00:05
8 z 17 Remarketing na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	14:15	15:45	01:30
9 z 17 Tworzenie reklamy krok po kroku	Zajęcia	Artur Jabłoński	01-12-2026	15:45	17:00	01:15
10 z 17 Najnowsze zmiany, opcje reklamowe i funkcje AI na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	02-12-2026	09:00	10:00	01:00
11 z 17 Analiza reklam na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	02-12-2026	10:00	11:00	01:00
12 z 17 -	Przerwa	-	02-12-2026	11:00	11:10	00:10
13 z 17 Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	02-12-2026	11:10	12:10	01:00

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
14 z 17 Zaawansowa ny Remarketing na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	02-12-2026	12:10	13:00	00:50
15 z 17 -	Przerwa	-	02-12-2026	13:00	13:50	00:50
16 z 17 Zaawansowa ny Remarketing na Facebooku i Instagramie	Zajęcia	Artur Jabłoński	02-12-2026	13:50	15:45	01:55
17 z 17 -	Walidacja	-	02-12-2026	15:45	16:00	00:15

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	14:00
w tym suma godzin zajęć	11:45
w tym suma godzin walidacji	00:15
w tym suma przerw	02:00
Suma godzin dydaktycznych bez przerw	16:00

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	2 324,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 890,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	166,05 PLN
Koszt osobogodziny netto	135,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	14:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Jabłoński

Uznany ekspert ds. marketingu, przedsiębiorca, konsultant i edukator z ponad 10-letnim stażem w branży. Jego kompetencje są w pełni aktualne – swoje doświadczenie zawodowe, kwalifikacje trenerskie oraz kluczowe projekty realizuje nieprzerwanie i aktywnie w okresie ostatnich 5 lat bezpośrednio poprzedzających datę świadczenia usługi.

Założyciel i CEO agencji marketingowej digitalk oraz firmy doradczo-szkoleniowej Suasio. Na przestrzeni ostatnich 5 lat nieprzerwanie i aktywnie zarządza obydwoima podmiotami, realizując kampanie reklamowe oraz procesy doradcze dla setek firm i instytucji. Dzięki temu jego wiedza nie opiera się na historycznych sukcesach, lecz na bieżącej, codziennej praktyce rynkowej.

Jako prelegent i edukator spędził na sali szkoleniowej już ponad 6 tysięcy godzin, z czego znaczna część to projekty szkoleniowe zrealizowane sukcesywnie w minionych 5 latach. Jest elitarnym, certyfikowanym trenerem z ramienia Meta (Meta Certified Lead Trainer). Jego certyfikacje są na bieżąco odnawiane, co stanowi niezależny dowód na to, że w ciągu ostatnich 5 lat stale i aktywnie aktualizuje swoją wiedzę, wdraża nowości ze środowiska reklamowego Mety w kampaniach klientów oraz uczy tych rozwiązań innych.

Ponadto, w tym samym wymaganym okresie ostatnich 5 lat, bez przerwy edukuje rynek jako autor bestsellerowych książek biznesowych (m.in. „Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie”, „Jak pisać, żeby chcieli czytać”) oraz twórca jednego z najpopularniejszych polskich podcastów

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu otrzymasz:

- certyfikat ukończenia kursu
- materiały po szkoleniu w formie prezentacji
- dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku, dostępnej tylko dla uczestników szkoleń, gdzie zawsze będzie można konsultować swoje działania

Informacje dodatkowe

Podczas szkolenia uczestnikom przysługuje przerwa obiadowa, uwzględniona w harmonogramie.

Czas trwania usługi to 12H zegarowych. 1h to 60 minut

Grupa szkoleniowa będzie liczyć maksymalnie 25 uczestników.

Prowadzący szkolenie kształcą się i zdobywają wiedzę na bieżąco. Nie są to kompetencje zdobyte ponad 5 lat temu i przekazywane dalej, ale aktualna wiedza, poparta doświadczeniem.

Szkolenie ma formę wykładów, które potem ćwiczone są warsztatowo. Każdy uczestnik przeprowadza ćwiczenia na komputerze i prawdziwym koncie reklamowym.

Frekwencja potwierdzana na jest na podstawie listy obecności. Aby ukończyć szkolenie uczestnik musi mieć 100% frekwencji.

Nie ma określonych warunków niezbędnych do zdobycia kwalifikacji /kompetencji.

Łącznie ćwiczeń praktycznych będzie ok 6h.

Podstawa prawna do zwolnienia z podatku VAT: zgodnie z treścią art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11.03.2004r.o podatku od towarów i usług

Adres

ul. Tytusa Chałubińskiego 8

00-613 Warszawa

woj. mazowieckie

Należy zgłosić się do recepcji budynku. Dalej zostaniecie pokierowani na odpowiednie piętro i numer sali szkoleniowej.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



AGNIESZKA KUBASIEWICZ

E-mail kontakt@digitalk.pl

Telefon (+48) 601 304 784