



LĘTOWSKI
CONSULTING

Szkolenia,
Doradztwo, Rozwój
Mateusz Łętowski



INTERNETOWE KANAŁY SPRZEDAŻY I POZYSKIWANIA KLIENTÓW. NOWOCZESNY E-COMMERCE. JAK SKUTECZNIE I EFEKTYWNIENAWIĄZAĆ NOWE RELACJE HANDLOWO- SPRZEDAŻOWE.

Numer usługi 2024/04/25/12176/2135669

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 15.07.2024 do 18.07.2024

4 920,00 PLN brutto

4 000,00 PLN netto

246,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników wsparcie dla osób indywidualnych
Grupa docelowa usługi	Szkolenie jest adresowane do osób planujących jak i obecnie zajmujących się działaniami promocyjnymi w obszarze Internetu. Uczestnicy warsztatów wywodzą się głównie z działów: internetowych, reklamy, promocji i marketingu oraz sprzedaży. Są to zarówno specjaliści jak i osoby na stanowiskach menadżerskich odpowiadających, koordynujących bądź nadzorujących kampanie promocyjne w Internecie
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	08-07-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
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 szkolenie jest nabycie przez Uczestnika umiejętności związanych z wprowadzeniem reklamy i oferty w świat social media oraz prowadzenie skutecznego marketingu i pozyskiwania nowych klientów. Uczestnik będzie samodzielnie potrafił obsługiwać social media w zakresie biznesowym, samodzielnie tworzył kampanie promocyjne oraz skutecznie pozyskiwał nowych klientów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik nabędzie wiedzę i pozna podstawowe zagadnienia związane z mediami społecznościowymi.	Uczestnik rozróżnia podstawowe zagadnienia związane z mediami społecznościowymi.	Test teoretyczny
Uczestnik pozna stan obecny i możliwości rozwoju w mediach społecznościowych w kontekście rozwoju własnej firmy.	Uczestnik prowadzi analizę obecnego stanu swojej firmy/konta na mediach społecznościowych oraz propozycje możliwości rozwoju, uwzględniające konkretne cele biznesowe/reklamowe.	Test teoretyczny
Uczestnik pozna zasady tworzenia kont społecznościowych, grup, stron na wszystkich platformach ujętych powyżej.	Uczestnik samodzielnie zakłada konto, grupę i stronę na każdej z głównych platform społecznościowych, spełniając przyjęte standardy i zasady.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik nabędzie wiedzę jak radzić sobie z potencjalnymi problemami związanymi z mediami społecznościowymi.	Uczestnik planuje działania dotyczące potencjalnych problemów związanych z mediami społecznościowymi, wskazując na możliwe rozwiązania.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik samodzielnie przeprowadza działania na wszystkich platformach społecznościowych.	Uczestnik wykazuje się samodzielnością w przeprowadzaniu działań na różnych platformach społecznościowych poprzez regularne publikowanie treści, interakcję z użytkownikami i monitorowanie wyników.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik tworzy treść na firmowych profilach w mediach społecznościowych.	Uczestnik samodzielnie tworzy treści dla firmowych/osobistych profili na mediach społecznościowych, które są zgodne z identyfikacją wizualną firmy i angażujące dla odbiorców.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik posiada umiejętności tworzenia reklam, oraz dopasowywania ich do profilu rynkowego na którym działa firma.	Uczestnik tworzy przykłady reklam stworzonych dla firmy, które są dopasowane do profilu rynkowego oraz osiągają zadowalające wyniki w postaci wskaźników wydajności reklam.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik kreuje angażujące treści w mediach społecznościowych.	Uczestnik tworzy treści, które generują wysoki poziom zaangażowania użytkowników na platformach społecznościowych, wskazując na konkretne metryki takie jak liczba interakcji, udostępnień czy komentarzy.	Obserwacja w warunkach rzeczywistych
Uczestnik analizuje dane pozyskiwane z kampanii reklamowych i mediów społecznościowych.	Uczestnik omawia raport z analizy danych pozyskanych z kampanii reklamowych i mediów społecznościowych, wskazując na kluczowe wnioski i rekomendacje dla dalszych działań marketingowych.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak, wydane zaświadczenia potwierdza uzyskanie kompetencji i zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak, wydane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

MODUŁ 1 | Podstawy Mediów społecznościowych (Od czego zacząć?)

- Identyfikacja słabych i mocnych stron firmy (analiza dotychczasowych działań)
- Zwiększanie świadomości klientów o naszych działaniach w mediach społecznościowych (powiązanie działań firmy: offline - online)
- Podstawowe komponenty strategii rozwoju firmy na platformach społecznościowych

MODUŁ 2 | E-Commerce w mediach społecznościowych (Jak zwiększyć sprzedaż?)

- Zarządzanie treścią na profilu (budowanie atrakcyjnych treści, systematyczność i aktualność)
- Optymalizacja profilu pod sprzedaż usług proponowanych przez firmę
- Optymalizacja i wyciąganie wniosków z reklam

MODUŁ 3 | Marketing (Jak tworzyć bezpośredni kontakt?)

- Jak zwiększać atrakcyjność naszych usług poprzez profil społecznościowy,
- Reakcje na sytuacje kryzysowe (negatywne opinie, obraźliwe wiadomości),
- Promowanie usług poprzez usługi Influencerów.
- Real Time Marketing

MODUŁ 4 | Jak zwiększyć zaangażowanie?

- Budowanie zaangażowania wśród obserwujących nasz profil
- Zarządzanie komunikacją z potencjalnymi Klientami
- Tworzenie Grup i Wydarzeń zwiększających ilość potencjalnych klientów

MODUŁ 5 | SPRZEDAŻ - Landing Page

- Wykorzystywanie Landing Page do tworzenia lejka sprzedażowego,
- Podstawowe narzędzia i zasady związane z Landing Page.

Szkolenie prowadzone w godzinach zegarowych.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 21

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 21 Pre-test wiedzy.	Marcin Połacik	15-07-2024	09:00	09:15	00:15
2 z 21 MODUŁ 1 Podstawy Mediów społecznościowych (Od czego zacząć?) - część teoretyczna, wykład, rozmowa na żywo "online"	Marcin Połacik	15-07-2024	09:15	10:30	01:15
3 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	15-07-2024	10:30	10:45	00:15
4 z 21 MODUŁ 1 Podstawy Mediów społecznościowych (Od czego zacząć?) - część praktyczna, rozmowa na żywo "online", Case Study, skrypty szkoleniowe.	Marcin Połacik	15-07-2024	10:45	12:00	01:15
5 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	15-07-2024	12:00	12:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 21 MODUŁ 2 E-Commerce w mediach społecznościowych (Jak zwiększyć sprzedaż?) - część teoretyczna, wykład, rozmowa na żywo "online"	Marcin Połacik	15-07-2024	12:15	14:00	01:45
7 z 21 MODUŁ 2 E-Commerce w mediach społecznościowych (Jak zwiększyć sprzedaż?) - część praktyczna, rozmowa na żywo "online", Case Study, skrypty szkoleniowe.	Marcin Połacik	16-07-2024	09:00	10:30	01:30
8 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	16-07-2024	10:30	10:45	00:15
9 z 21 MODUŁ 3 Marketing (Jak tworzyć bezpośredni kontakt?) - część teoretyczna, wykład, rozmowa na żywo "online"	Marcin Połacik	16-07-2024	10:45	12:00	01:15
10 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	16-07-2024	12:00	12:15	00:15
11 z 21 MODUŁ 3 Marketing (Jak tworzyć bezpośredni kontakt?) - część praktyczna, rozmowa na żywo "online", Case Study, skrypty szkoleniowe.	Marcin Połacik	16-07-2024	12:15	14:00	01:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
12 z 21 MODUŁ 3 Marketing (Jak tworzyć bezpośredni kontakt?) - cd. części praktycznej.	Marcin Połacik	17-07-2024	09:00	10:30	01:30
13 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	17-07-2024	10:30	10:45	00:15
14 z 21 MODUŁ 4 Jak zwiększyć zaangażowanie? - część teoretyczna, wykład, rozmowa na żywo "online"	Marcin Połacik	17-07-2024	10:45	12:00	01:15
15 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	17-07-2024	12:00	12:15	00:15
16 z 21 MODUŁ 4 Jak zwiększyć zaangażowanie? - część praktyczna, rozmowa na żywo "online", Case Study, skrypty szkoleniowe.	Marcin Połacik	17-07-2024	12:15	14:00	01:45
17 z 21 MODUŁ 5 SPRZEDAŻ - Landing Page - część teoretyczna, wykład, rozmowa na żywo "online"	Marcin Połacik	18-07-2024	09:00	10:30	01:30
18 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	18-07-2024	10:30	10:45	00:15
19 z 21 MODUŁ 5 SPRZEDAŻ - Landing Page - część praktyczna, rozmowa na żywo "online", Case Study, skrypty szkoleniowe.	Marcin Połacik	18-07-2024	10:45	12:15	01:30
20 z 21 Przerwa	Marcin Połacik	18-07-2024	12:15	12:30	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
21 z 21 Podsumowanie, dyskusja, pytania uczestników, post-test wiedzy.	Marcin Połacik	18-07-2024	12:30	14:00	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 920,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 000,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Marcin Połacik

Trener z wieloletnim doświadczeniem zawodowym oraz szkoleniowym zakresu doradztwa reklamowego, e-commerce, prowadzenia reklam w social media oraz internecie. Od blisko 10 lat prowadzi własną działalność gospodarczą w ramach, której zajmuje się usługami marketingowymi oraz PR, projektuje i tworzy gadżety reklamowe, posiada usługi fotograficzne, audio i wideo. Współpracuje i prowadzi szkolenia dla firm prywatnych, państwowych, jak również samorządów i administracji publicznej. W ramach aktywności zawodowej szkoli uczestników z zakresów, takich jak: Branding, E-commerce, reklama w internecie, pozyskiwanie klientów dzięki social media, przeprowadził już ponad 30 szkoleń, w ramach, których uczestniczyło ponad 120 osób.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Opracowania własne trenera, prezentacja, skrypty szkoleniowe, przykłady rozwiązań stosowanych w reklamach w Social Media, Case Study.

Informacje dodatkowe

Dla uczestników z dofinansowaniem min. 70% kwoty szkolenia - stawka „zw” – „§ 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”

Warunki techniczne

Minimalne wymagania systemowe

iOS: iOS 11

Windows: Windows 10 kompilacja 14393

Android: Android OS 5.0

Funkcje sieci Web. Najnowsza wersja przeglądarki Safari, Internet Explorer 11, Chrome, Edge lub Firefox

Komputer Mac: MacOS 10.13

Połączenie internetowe: wymagane jest połączenie internetowe przewodowe lub bezprzewodowe (3G, 4G, LTE) o następujących parametrach:

- dla transmisji wideo w jakości HD 720p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 1.5Mbps/1.5Mbps (wysyłanie/odbieranie).
- dla transmisji wideo w jakości FullHD 1080p minimalna przepustowość łącza internetowego wynosi: 3Mbps/3Mbps (wysyłanie/odbieranie).

Okres ważności linku: Link będzie ważny w dniach i godzinach wskazanych w harmonogramie usługi.

Kontakt



Dawid Ciupek

E-mail dawidciupek@letowskiconsulting.pl

Telefon (+48) 784 065 941