



APS Piotr Olgierd
Sułkowski



Szkolenie: Wszystko, co powinieneś wiedzieć o budowaniu silnej marki w sieci.

Numer usługi 2025/04/30/36960/2720443

📍 Gródek nad Dunajcem / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 21 h

📅 27.06.2025 do 28.06.2025

3 750,00 PLN brutto

3 750,00 PLN netto

178,57 PLN brutto/h

178,57 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dedykowane jest wszystkim osobom, które chcą zarządzać transformacją cyfrową. Szczególnie skorzystają na nim: menadżerowie sprzedaży, właściciele firm, sprzedawcy / handlowcy oraz wszystkie osoby, które na co dzień mają do czynienia ze sprzedażą i marketingiem. Od uczestników szkolenia nie jest wymagana wiedza ani uprzednie doświadczenie związane ze sprzedażą. Wymagane są natomiast podstawowe umiejętności komunikacyjne.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	26
Data zakończenia rekrutacji	26-06-2025
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	21
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

Usługa przygotowuje do samodzielnego opracowania dokumentu w zakresie strategii komunikacji marketingowej firmy albo poszczególnych produktów wprowadzanych na rynek, w szczególności do przeprowadzenie analizy konkurencji, opracowania unikatowej nazwy dla firmy lub produktu/usługi – tzw. usługa namingu, określenie grupy odbiorców marki lub produktu, opracowania RTB. Opracowywania na historii marek i produktów, które będą wykorzystywane w komunikacji na stronach internetowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje Storytelling w marketingu w sieci	zna strukturę i elementy dobrej opowieści o marce	Test teoretyczny
	wie, jak mierzyć skuteczność opowieści i po co w ogóle marce dobra historia	Test teoretyczny
	rozwiązuje problemy poprzez dobrze zdefiniowane i rutynowe oraz nierutynowe interakcje przy użyciu technologii cyfrowych wykorzystując storytelling w komunikacji z klientem	Test teoretyczny
	dzieli się informacjami i treściami cyfrowymi przez różnorodne odpowiednie narzędzia cyfrowe wykorzystując zasady storytellingu	Test teoretyczny
buduje silną markę w sieci	wyróżnia elementy, jakie powinien wziąć pod uwagę, budując swoją markę	Test teoretyczny
	korzysta z narzędzi do budowania marki	Test teoretyczny
	używa odpowiednich technologii cyfrowych i rozwiązuje dobrze zdefiniowane, nierutynowe problemy zgodnie z własnymi potrzebami, dzieleniem się informacjami i treściami związanymi z budowaniem marki	Test teoretyczny
	identyfikuje i wybiera odpowiednie narzędzia cyfrowe do komunikacji w mediach społecznościowych oraz kampaniach internetowych budujące świadomość marki	Test teoretyczny
	Stosuje różnorodne technologie cyfrowe do interakcji z klientami podczas procesu budowania marki	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, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- 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, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -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, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji -zaświadczenie- potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1

Storytelling w budowaniu marki

- Dlaczego budowanie marki za pomocą historii ma taką moc? O tym, co historie potrafią zrobić z naszym mózgiem.
- Co czyni dobrą historię?
 - Fabuła
 - Konflikt
 - Świat
 - Bohaterowie
- Monomit jako punkt wyjścia do budowania fabuły i bohaterów
 - Koncepcja monomitu
 - Podróż bohatera
 - Omówienie dobrych i złych przykładów
- Źródła konfliktu
- Sposoby opowiadania
 - Medium
 - Cross-media storytelling – marketingowe narzędzie przyszłości
 - Przykłady dobrych opowieści marki
- Marka jako archetyp
 - Sposoby tworzenia marek przy użyciu metod storytellingowych
 - Marketing opowieści – angażowanie konsumentów
 - Co nas fascynuje? O sztuce przyciągania uwagi
- Jak kanały marketingowe (social media itp.) wpisują się w marketing opowieści?

Dzień 2.

Budowanie marki,

- Analizy wstępne – jak ocenić, czy produkt spełnia oczekiwania rynku?
- Cykl życia produktu a jego komunikacja marketingowa. Krzywa

- Rogersa.
- Etapy strategii wejścia. Jak komunikować produkt różnym grupom konsumentów?
- Produkt – co sprzedajesz? Co Klient kupuje?
- Co to w ogóle jest marka?
- Marka „dzieje się” w głowie konsumenta. Jak tam dotrzeć?
- Na jakich poziomach funkcjonuje marka?
- Użyteczność! O wartości dodanej i postrzeganej użyteczności.
- Mierzenie siły marki. Skąd masz wiedzieć, że Ci się udało?
- Tworzenie nowej marki
- Od „zwykłego” produktu lub usługi do silnej marki.
- O nazywaniu firm i produktów.
- Komunikacja marki: koncepcja, symbole, język.
- Symbole marki: logo, ikony, identyfikacja wizualna. Na co zwracać uwagę?
- Struktura marki: ludzie, procedury, opowieść
- Zarządzanie portfelem marek
- Masz w firmie więcej marek, niż Ci się wydaje!
- Strategie planowania portfela marek – marka parasolowa, marka indywidualna, inne.
- Praktyczne metody wyboru strategii portfela marek.
- Nowoczesny branding, czyli jak zbudować silną markę?
- Strategia pozycjonowania marki.
- Rytualizacja marki – wpisywanie się w codzienne rytuały konsumentów.
- Marka w przestrzeni social media.

Walidacja

Prowadzone w ramach szkolenia zajęcia będą realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi, rozumianymi jako metody umożliwiające uczenie się w oparciu o doświadczenie i pozwalające uczestnikom na ćwiczenie umiejętności.

Warunki organizacyjne: W celu osiągnięcia maksymalizacji efektów szkolenia, grupa uczestników powinna wynosić minimum 4 osoby. Zajęcia są prowadzone w 1 sali, w 1 grupie (z możliwością podziału na mniejsze grupki podczas ćwiczeń/scenek). Każdy z uczestników otrzymuje indywidualne materiały i stanowisko przy biurku/stole.

Realizacja zadań i ćwiczeń będzie przeprowadzona w taki sposób, aby stopniowo narastał ich stopień trudności, ale ich realizacja była w zasięgu możliwości uczestników. Szkolenie przewiduje pracę całej grupy, jak również w podziale na grupy.

Uczestnicy w trakcie każdego dnia szkoleniowego trwającego więcej niż 4 godziny mają prawo do co najmniej 1 przerwy, trwającej co najmniej 15 minut.

Po zakończeniu udziału w usłudze rozwojowej, uczestnik otrzymuje odpowiednie zaświadczenie o jej ukończeniu.

Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu.

1 godzina rozliczeniowa = 45 minut dydaktycznych.

Zajęcia trwać będą 42 godziny dydaktyczne czyli 31,5 godziny zegarowe.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 16 Dlaczego budowanie marki za pomocą historii ma taką moc? O tym, co historie potrafią zrobić z naszym mózgiem.	Paweł Pakuła	27-06-2025	09:30	11:30	02:00
2 z 16 Co czyni dobrą historię?	Paweł Pakuła	27-06-2025	11:30	12:30	01:00
3 z 16 Monomit jako punkt wyjścia do budowania fabuły i bohaterów	Paweł Pakuła	27-06-2025	12:30	13:30	01:00
4 z 16 Źródła konfliktu	Paweł Pakuła	27-06-2025	13:30	14:00	00:30
5 z 16 Sposoby opowiadania (w tym 15 minut przerwy)	Paweł Pakuła	27-06-2025	14:00	15:00	01:00
6 z 16 Marka jako archetyp	Paweł Pakuła	27-06-2025	15:00	16:00	01:00
7 z 16 Jak kanały marketingowe (social media itp.) wpisują się w marketing opowieści?	Paweł Pakuła	27-06-2025	16:00	17:30	01:30
8 z 16 Analizy wstępne – jak ocenić, czy produkt spełnia oczekiwania rynku? Cykl życia produktu a jego komunikacja marketingowa. Krzywa Rogersa.	Paweł Pakuła	28-06-2025	08:00	09:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 16 Etapy strategii wejścia. Jak komunikować produkt różnym grupom konsumentów? Produkt – co sprzedajesz? Co Klient kupuje? Co to w ogóle jest marka?	Paweł Pakuła	28-06-2025	09:00	10:00	01:00
10 z 16 Marka „dzieje się” w głowie konsumenta. Jak tam dotrzeć? Na jakich poziomach funkcjonuje marka? Użyteczność! O wartości dodanej i postrzeganej użyteczności.	Paweł Pakuła	28-06-2025	10:00	11:00	01:00
11 z 16 Mierzenie siły marki. Skąd masz wiedzieć, że Ci się udało? Tworzenie nowej marki Od „zwykłego” produktu lub usługi do silnej marki.	Paweł Pakuła	28-06-2025	11:00	12:00	01:00
12 z 16 O nazywaniu firm i produktów. Komunikacja marki: koncepcja, symbole, język. Symbole marki: logo, ikony, identyfikacja wizualna. Na co zwracać uwagę? (w tym 15 minut przerwy)	Paweł Pakuła	28-06-2025	12:00	13:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
13 z 16 Struktura marki: ludzie, procedury, opowieść Zarządzanie portfelem marek Masz w firmie więcej marek, niż Ci się wydaje!	Paweł Pakuła	28-06-2025	13:00	14:00	01:00
14 z 16 Strategie planowania portfela marek – marka parasolowa, marka indywidualna, inne. Praktyczne metody wyboru strategii portfela marek. Nowoczesny branding, czyli jak zbudować silną markę?	Paweł Pakuła	28-06-2025	14:00	15:00	01:00
15 z 16 Strategia pozycjonowania marki. Rytualizacja marki – wpisywanie się w codzienne rytuały konsumentów. Marka w przestrzeni social media.	Paweł Pakuła	28-06-2025	15:00	15:30	00:30
16 z 16 Walidacja	-	28-06-2025	15:30	15:45	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 750,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 750,00 PLN

Koszt osobogodziny brutto

178,57 PLN

Koszt osobogodziny netto

178,57 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Paweł Pakuła

Trener umiejętności psychospołecznych i coach, związany ze szkoleniami od 2007 roku. Specjalizuje się w obszarach takich jak sprzedaż, komunikacja, przywództwo, zarządzanie zespołem, i wywieranie wpływu. Doświadczenie zdobył pracując przez 10 lat dla amerykańskiej firmy Nike - tworząc i dopasowując standardy sprzedaży do bieżącej specyfiki zachowań i postaw Klientów w Polsce.

Przez blisko 3 lata pracował dla VRG. SA. – doskonaląc standardy obsługi i strategię sprzedaży dla salonów Vistuli, Wólczanki oraz Bytomia. Prócz podnoszenia wskaźników sprzedaży, odpowiedzialny był za szkolenie menedżerów i kierowników regionalnych. Od 2020 roku związany z firmą szkoleniową Nowe Motywacje. Realizował projekty z zakresu, szeroko rozumianej komunikacji, sprzedaży i zarządzania.

Prowadzi szkolenia na sali i w formacie zdalnym potrafiąc utrzymać uwagę i zaangażowanie uczestników nawet podczas 8h warsztatu (zrealizował ponad 120 szkoleń i webinarów w formacie zdalnym)

Klienci cenią go za energię, wiedzę, realne podejście i osadzanie rozwiązań w kontekście codziennej pracy. W ankietach uczestnicy szkoleń, zwracają uwagę również na jego autentyczność oraz umiejętność zaciekawienia i zaangażowania w dyskusję i wspólne ćwiczenia.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Kazdy z uczestników otrzyma materiały w postaci prezentacji power point oraz skrypt. Materiały zgodne ze standardem WCAG 2.1.

Informacje dodatkowe

Zwolnienie z VAT na podstawie § 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 (tekst jednolity Dz.U. z 2020r., poz. 1983)

Organizator zapewnia dostępność osobom ze szczególnymi potrzebami podczas realizacji usług rozwojowych zgodnie z Ustawą z dnia 19 lipca 2019 r. o zapewnianiu dostępności osobom ze szczególnymi potrzebami (Dz.U. 2022 poz. 2240) oraz „Standardami dostępności dla polityki spójności 2021-2027”.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień prosimy o kontakt pod numerem 500 026 554 lub mailem na psulkowski@gmail.com przed zapisem na usługę!

Adres

Gródek nad Dunajcem 24
33-318 Gródek nad Dunajcem
woj. małopolskie

Kontakt



Mariusz Zygmunt

E-mail mzygmunt@poczta.onet.eu

Telefon (+48) 602 528 810