



UNICO SP. Z O.O.

★★★★★ 4,9 / 5

251 ocen

## Unico Marketing: Skuteczne pozyskiwanie klientów i zarządzanie wizerunkiem marki – praktyczne szkolenie z tworzenia strategii marketingowo-sprzedażowej B2B i B2C

Numer usługi 2025/05/31/160223/2784740

📍 Poznań / stacjonarna

🏢 Usługa szkoleniowa

🕒 34 h

📅 25.08.2025 do 28.08.2025

6 949,50 PLN brutto

5 650,00 PLN netto

204,40 PLN brutto/h

166,18 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie adresowane jest do przedsiębiorców, właścicieli firm, specjalistów ds. marketingu i sprzedaży oraz freelancerów, którzy samodzielnie odpowiadają za pozyskiwanie klientów i budowanie wizerunku marki. W szczególności przeznaczone jest dla osób działających w sektorze B2B lub obsługujących klientów indywidualnych, które chcą tworzyć skuteczne strategie marketingowe dopasowane do potrzeb swoich odbiorców.

Minimalna liczba uczestników

1

Maksymalna liczba uczestników

1

Data zakończenia rekrutacji

24-08-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

34

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

Szkolenie przygotowuje do samodzielnego i skutecznego planowania oraz realizowania strategii marketingowo-sprzedażowej zorientowanej na klientów B2B i indywidualnych. Usługa prowadzi do tworzenia indywidualnej strategii pozyskiwania klientów z uwzględnieniem narzędzi CRM, automatyzacji oraz elementów storytellingu i branding.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się                                                                      | Kryteria weryfikacji                                                        | Metoda walidacji |
|-----------------------------------------------------------------------------------------|-----------------------------------------------------------------------------|------------------|
| Identyfikuje kluczowe elementy strategii marketingowo-sprzedażowej w relacji B2B i B2C. | – Wskazuje różnice między cyklem zakupowym klientów B2B i indywidualnych.   | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Rozpoznaje elementy składające się na wartość oferty (value proposition). | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Określa etapy projektowania lejka decyzyjnego klienta.                    | Test teoretyczny |
| Dobiera odpowiednie kanały komunikacji do wybranej grupy docelowej.                     | – Wskazuje skuteczne kanały dotarcia dla klientów B2B i indywidualnych.     | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Ocenia przydatność narzędzi takich jak CRM, newsletter, social media.     | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Charakteryzuje cechy efektywnego komunikatu marketingowego.               | Test teoretyczny |
| Tworzy spójny wizerunek marki wspierający proces sprzedaży.                             | – Wskazuje różnice między marką osobistą a firmową.                         | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Określa wpływ spójności wizerunku na decyzje zakupowe klientów.           | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Rozpoznaje kluczowe elementy opisu bio i oferty firmy.                    | Test teoretyczny |
| Projektuje plan działań marketingowo-sprzedażowych w modelu 30-60-90 dni.               | – Identyfikuje priorytety do wdrożenia w ciągu pierwszych 30 dni.           | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Rozróżnia działania testowe od rozwojowych.                               | Test teoretyczny |
|                                                                                         | – Wskazuje narzędzia i metody do realizacji strategii w kolejnych etapach.  | 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

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

TAK

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

TAK

## Program

Szkolenie koncentruje się na praktycznym rozwijaniu umiejętności pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych w kontekście spójnej strategii marketingowo-sprzedażowej. Uczestnik uczy się planować działania od analizy grup docelowych, przez projektowanie skutecznej komunikacji, po wdrażanie narzędzi marketingowych i zarządzanie wizerunkiem. Szkolenie łączy metody warsztatowe z konsultacjami indywidualnymi, a każdy moduł zakończony jest konkretnymi efektami do wdrożenia.

### Dzień 1 Klient w centrum – podejście strategiczne

- Diagnoza aktualnej sytuacji: analiza mocnych i słabych stron działań marketingowo-sprzedażowych
- Segmentacja klientów B2B i indywidualnych: jak zrozumieć różne potrzeby i cykle zakupowe
- Projektowanie propozycji wartości (value proposition)
- Wprowadzenie do mapy empatii klienta i lejka decyzyjnego
- Opracowanie person klientów i ścieżek zakupowych
- Weryfikacja profilu klientów uczestnika

### Dzień 2 Komunikacja i narzędzia w praktyce

- Kanały dotarcia do klientów – co działa w B2B, a co w relacjach indywidualnych
- Nowoczesne narzędzia wspierające sprzedaż (CRM, newslettery, social media, cold mailing)
- Tworzenie komunikatów opartych na storytellingu i wartościach
- Budowa lejka sprzedażowego i kampanii startowej
- Automatyzacja i standaryzacja działań: jak nie tracić czasu
- Audyt i rozwój obecnych kanałów komunikacji uczestnika

### Dzień 3 Wizerunek, który wspiera sprzedaż

- Marka osobista i firmowa – jak je rozwijać i integrować
- Wpływ spójnego wizerunku na decyzje zakupowe klientów
- Tworzenie efektywnego bio, opisu firmy i oferty
- Mini audyt strony www, profilu LinkedIn, social media
- Plan uspołnienia wizerunku z procesem sprzedaży

### Dzień 4 Strategia działania i wdrożenie

- Zintegrowanie wszystkich elementów – od profilu klienta po działania marketingowe
- Tworzenie indywidualnej strategii pozyskiwania klientów
- Opracowanie strategii 30-60-90 dni – co wdrożyć natychmiast, co przetestować, co rozwijać
- Symulacje: Rozmowy z klientami (B2B i indywidualnymi), prezentacja oferty, radzenie sobie z obiekcjami

- Feedback i plan dalszych działań

Podsumowanie

- Doprecyzowanie celów i priorytetów
- Analiza wypracowanych dokumentów i strategii
- Wskazówki rozwojowe na przyszłość

Walidacja efektów uczenia się

- Szkolenie prowadzone jest w sposób indywidualny
- Uczestnik posiada samodzielne stanowisko pracy.
- Warunkiem koniecznym do osiągnięcia celu szkolenia jest 100% frekwencja oraz zaangażowanie Uczestnika.
- Usługa realizowana jest w 34 godzinach dydaktycznych (godzina dydaktyczna = 45 minut).
- Metoda weryfikacji obecności Uczestnika: lista obecności.
- Zajęcia praktyczne: 16 godzin dydaktycznych / zajęcia teoretyczne: 18 godzin dydaktycznych
- Przerwy nie wliczają się do godzin usługi.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 30

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                           | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 30 Dzień 1. Diagnostyka sytuacji: analiza mocnych i słabych stron działań marketingowo-sprzedażowych (teoria) | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| 2 z 30 Dzień 1. Segmentacja klientów B2B i indywidualnych: jak zrozumieć różne potrzeby i cykle zakupowe (teoria) | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| 3 z 30 Dzień 1. Projektowanie propozycji wartości (value proposition) (teoria)                                    | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| 4 z 30 Dzień 1. Przerwa                                                                                           | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                           | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>5 z 30</b> Dzień 1.<br>Wprowadzenie do mapy empatii klienta i lejka decyzyjnego (teoria)                       | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 13:15               | 14:00               | 00:45         |
| <b>6 z 30</b> Dzień 1.<br>Opracowanie person klientów i ścieżek zakupowych (praktyka)                             | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 14:00               | 15:00               | 01:00         |
| <b>7 z 30</b> Dzień 1.<br>Weryfikacja profilu klientów (praktyka)                                                 | Bartosz Radacz | 25-08-2025            | 15:00               | 16:15               | 01:15         |
| <b>8 z 30</b> Dzień 2.<br>Kanały dotarcia do klientów – co działa w B2B, a co w relacjach indywidualnych (teoria) | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <b>9 z 30</b> Dzień 2.<br>Nowoczesne narzędzia wspierające sprzedaż (teoria)                                      | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| <b>10 z 30</b> Dzień 2.<br>Tworzenie komunikatów opartych na storytellingu i wartościach (teoria)                 | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>11 z 30</b> Dzień 2.<br>Przerwa                                                                                | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |
| <b>12 z 30</b> Dzień 2.<br>Budowa lejka sprzedażowego i kampanii startowej (praktyka)                             | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 13:15               | 14:00               | 00:45         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                      | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>13 z 30</b> Dzień 2.<br>Automatyzacja i standaryzacja działań (praktyka)                  | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 14:00               | 15:00               | 01:00         |
| <b>14 z 30</b> Dzień 2.<br>Audyt i rozwój obecnych kanałów komunikacji uczestnika (praktyka) | Bartosz Radacz | 26-08-2025            | 15:00               | 16:15               | 01:15         |
| <b>15 z 30</b> Dzień 3.<br>Marka osobista i firmowa – jak je rozwijać i integrować (teoria)  | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <b>16 z 30</b> Dzień 3.<br>Wpływ spójnego wizerunku na decyzje zakupowe klientów (teoria)    | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| <b>17 z 30</b> Dzień 3.<br>Tworzenie efektywnego bio, opisu firmy i oferty (praktyka)        | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>18 z 30</b> Dzień 3.<br>Przerwa                                                           | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 13:00               | 13:15               | 00:15         |
| <b>19 z 30</b> Dzień 3.<br>Mini audyt strony www, profilu LinkedIn, social media (praktyka)  | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 13:15               | 14:00               | 00:45         |
| <b>20 z 30</b> Dzień 3.<br>Plan uspoźnienia wizerunku z procesem sprzedaży (praktyka)        | Bartosz Radacz | 27-08-2025            | 15:00               | 16:15               | 01:15         |

| Przedmiot / temat zajęć                                                                                            | Prowadzący     | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|--------------------------------------------------------------------------------------------------------------------|----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| <b>21 z 30</b> Dzień 4. Zintegrowanie wszystkich elementów – od profilu klienta po działania marketingowe (teoria) | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 10:00               | 11:00               | 01:00         |
| <b>22 z 30</b> Dzień 4. Tworzenie indywidualnej strategii pozyskiwania klientów (praktyka)                         | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 11:00               | 12:00               | 01:00         |
| <b>23 z 30</b> Dzień 4. Opracowanie strategii 30-60-90 dni (praktyka)                                              | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 12:00               | 13:00               | 01:00         |
| <b>24 z 30</b> Dzień 4. Symulacje: Rozmowy z klientami (praktyka)                                                  | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 13:00               | 14:45               | 01:45         |
| <b>25 z 30</b> Dzień 4. Przerwa                                                                                    | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 14:45               | 15:00               | 00:15         |
| <b>26 z 30</b> Dzień 4. Feedback i plan dalszych działań (teoria)                                                  | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 15:00               | 15:30               | 00:30         |
| <b>27 z 30</b> Dzień 4. Doprecyzowanie celów i priorytetów (teoria)                                                | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 15:30               | 16:30               | 01:00         |
| <b>28 z 30</b> Dzień 4. Analiza wypracowanych dokumentów i strategii (teoria)                                      | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 16:30               | 17:30               | 01:00         |
| <b>29 z 30</b> Dzień 4. Wskazówki rozwojowe na przyszłość (teoria)                                                 | Bartosz Radacz | 28-08-2025            | 17:30               | 18:00               | 00:30         |

| Przedmiot / temat zajęć                        | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|------------------------------------------------|------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 30 z 30 Dzień 4. Walidacja efektów uczenia się | -          | 28-08-2025            | 18:00               | 18:45               | 00:45         |

# Cennik

## Cennik

| Rodzaj ceny                               | Cena         |
|-------------------------------------------|--------------|
| Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto | 6 949,50 PLN |
| Koszt przypadający na 1 uczestnika netto  | 5 650,00 PLN |
| Koszt osobogodziny brutto                 | 204,40 PLN   |
| Koszt osobogodziny netto                  | 166,18 PLN   |

# Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

## Bartosz Radacz

Bartosz Radacz to doświadczony specjalista w marketingu, sprzedaży i budowaniu relacji z klientami, który w ciągu ostatnich 5 lat zdobył praktyczne kompetencje niezbędne do prowadzenia szkoleń z zakresu strategii marketingowej, pozyskiwania klientów B2B i indywidualnych. Jako Sales Manager w hotLead.pl (2022–2024) odpowiadał za generowanie leadów, zarządzanie procesami sprzedażowymi oraz rozwój strategii marketingowej i pozyskiwania klientów. Jego doświadczenie obejmuje również pracę jako Sales Specialist w GO4Robot (2021–2022), gdzie zajmował się negocjacjami i budowaniem ofert, a także pełnienie funkcji lidera w Studenckim Kole Naukowym ASAP, gdzie organizował wydarzenia edukacyjne i wspierał rozwój zespołu.

Bartosz ukończył zarządzanie strategiczne (mgr) w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu oraz zarządzanie i inżynierię produkcji (inż.) na Uniwersytecie Ekonomicznym w Poznaniu. Zdobył liczne certyfikaty, w tym Certyfikowanego Trenera Branżowych Symulacji Biznesowych, szkolenia z technik sprzedaży, personal branding oraz wykorzystania CRM.

Dzięki połączeniu praktycznej wiedzy, doświadczenia w sprzedaży oraz certyfikowanych umiejętności trenerskich Bartosz skutecznie prowadzi szkolenia, pomagając uczestnikom rozwijać efektywne strategie marketingowo-sprzedażowe i budować marki.

# Informacje dodatkowe

## Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymuje skrypt szkoleniowy przygotowany przez Unico Sp. z o.o.

## Informacje dodatkowe

Unico Sp. z o.o. zapewnia salę szkoleniową z osobnymi stanowiskami dla każdego Uczestnika. Sale są dostosowane do wymogów sanitarno-epidemiologicznych oraz wymogów BHP. Każde szkolenie w Unico jest ubezpieczone.

**Usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT, pod warunkiem że dofinansowanie pokrywa co najmniej 70% kosztów szkolenia. W przypadku mniejszego wsparcia finansowego, do ceny netto usługi dodawany jest podatek VAT w wysokości 23%.**

*Przepis na podstawie którego stosowane jest zwolnienie od podatku: Zwolnienie z podatku VAT na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736).*

## Adres

ul. Elżbiety Drużbackiej 1A/1  
60-745 Poznań  
woj. wielkopolskie

## Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

## Kontakt



Rafał Lisser

**E-mail** kontakt@unico.org.pl

**Telefon** (+48) 724 787 771