



Marketing 2.0 z AI dla firm usługowych i ekspertów – warsztat budowania strategii marketingowej - szkolenie

Numer usługi 2026/04/26/204734/3514024

5 280,00 PLN brutto
5 280,00 PLN netto
220,00 PLN brutto/h
220,00 PLN netto/h
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

FUNDACJA
ROZWOJU
KOMPETENCJI
ZAWODOWYCH
"AHA"

Brak ocen dla tego dostawcy

📍 Szczecin
🏢 Usługa szkoleniowa
📄 stacjonarna
👥 Zajęcia grupowe
🕒 24:00 h
📅 14.08.2026 do 16.08.2026

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikatory projektów	Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie skierowane jest do osób dorosłych indywidualnych oraz pracowników firm, w szczególności freelancerów, specjalistów ds. marketingu, osób odpowiedzialnych za promocję i pozyskiwanie klientów w firmach usługowych oraz twórców produktów cyfrowych, w tym kursów, usług online i ofert eksperckich. Uczestnikami mogą być osoby działające w sektorze usług lokalnych, cyfrowych lub B2B, które samodzielnie planują działania marketingowe, tworzą treści, obsługują kanały komunikacji, pozyskują zapytania ofertowe lub wspierają sprzedaż usług. Uczestnik powinien znać podstawy funkcjonowania własnej działalności, marki lub oferty usługowej. Wymagana jest podstawowa umiejętność obsługi komputera, przeglądarki internetowej i narzędzi online.</p> <p>Szkolenie nie jest przeznaczone dla właścicieli sklepów e-commerce, ani osób nastawionych głównie na sprzedaż produktów przez sklep internetowy.</p> <p>Usługa rozwojowa adresowana również dla Uczestników projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.</p>
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	13-08-2026
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna

Cel

Cel edukacyjny

Usługa „Marketing 2.0 z AI dla firm usługowych i ekspertów – warsztat budowania strategii marketingowej – szkolenie” przygotowuje do samodzielnego planowania strategii marketingowej dla firmy usługowej lub marki eksperckiej, w tym określania klienta idealnego, projektowania lejka Lead Generation, planowania działań organicznych i płatnych oraz opracowania planu wdrożeniowego z wykorzystaniem narzędzi AI.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje elementy strategii marketingowej firmy usługowej lub marki eksperckiej	rozdziela elementy strategii marketingowej, w tym personę, USP, ofertę, lejek Lead Generation, lead magnet, działania organiczne, kampanie płatne i KPI	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	charakteryzuje funkcję lejka Lead Generation w procesie pozyskiwania zapytań od klientów usługowych	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Opracowuje profil klienta idealnego i podstawy pozycjonowania oferty usługowej	sporządza profil klienta idealnego z uwzględnieniem jego potrzeb, problemów, obaw i kryteriów decyzyjnych	Analiza dowodów i deklaracji
	formułuje USP oraz założenia oferty usługowej dopasowanej do klienta idealnego	Analiza dowodów i deklaracji
Projektuje lejek Lead Generation dla firmy usługowej lub marki eksperckiej	opracowuje ścieżkę pozyskiwania zapytań obejmującą ruch, lead magnet, nurturing oraz sprzedaż lub konsultację	Analiza dowodów i deklaracji
	dobiera lead magnet do potrzeb klienta idealnego i określa sposób jego wykorzystania w procesie pozyskiwania kontaktów	Analiza dowodów i deklaracji
Planuje działania organiczne wspierające widoczność i autorytet marki	przygotowuje założenia landing page dla lead magnetu lub zapisu na usługę	Analiza dowodów i deklaracji
	opracowuje tematy komunikacji dla wybranych kanałów organicznych, takich jak Profil Firmy w Google, Facebook, Instagram, LinkedIn, email marketing lub SEO	Analiza dowodów i deklaracji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje kampanie płatne i sposób mierzenia efektów działań marketingowych	przygotowuje założenia kampanii Google Ads lub Meta Ads nastawionej na pozyskiwanie leadów	Analiza dowodów i deklaracji
	określa podstawowe KPI oraz priorytety działań do ujęcia w planie wdrożeniowym	Analiza dowodów i deklaracji
Ocenia własne działania marketingowe i planuje dalszy rozwój kompetencji	ocenia mocne strony i obszary wymagające poprawy w opracowanej strategii marketingowej	Analiza dowodów i deklaracji
	formułuje wnioski z informacji zwrotnej i planuje dalsze działania rozwojowe w zakresie marketingu usług	Analiza dowodów i deklaracji

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

Warunki osiągnięcia celu edukacyjnego

Dla osiągnięcia celu edukacyjnego, polegającego na przygotowaniu uczestnika do samodzielnego zaplanowania strategii marketingowej dla firmy usługowej lub marki eksperckiej, w tym określenia klienta idealnego, oferty, lejka Lead Generation, działań organicznych, kampanii Google Ads i Meta Ads oraz sposobu mierzenia efektów i planu wdrożeniowego, zakończonego walidacją – uczestnik powinien prowadzić, planować prowadzenie lub odpowiadać za działania marketingowe w działalności usługowej, B2B, marce eksperckiej albo przy produktach cyfrowych. Szkolenie adresowane jest do osób dorosłych indywidualnych oraz pracowników firm, w szczególności

freelancerów, specjalistów ds. marketingu i osób odpowiedzialnych za promocję, pozyskiwanie zapytań oraz wspieranie sprzedaży usług. Uczestnik powinien posiadać podstawową umiejętność obsługi komputera, przeglądarki internetowej i narzędzi online oraz znać podstawy własnej oferty, działalności lub marki, dla której będzie opracowywać „Dokument Strategii Marketingowej 2.0”.

Wykluczenia: szkolenie nie jest przeznaczone dla właścicieli sklepów e-commerce ani osób nastawionych głównie na sprzedaż produktów fizycznych przez sklep internetowy.

Zakres tematyczny

DZIEŃ 1 – Fundamenty Strategii Usługowej / Lead Generation

Moduł 1: Opis firmy

- Definiowanie misji i wizji firmy usługowej lub marki eksperckiej.
- Określenie specyfiki działalności uczestnika.
- Uzupełnienie sekcji dotyczącej opisu firmy w „Dokumencie Strategii Marketingowej 2.0”.

Moduł 2: Klient idealny / Buyer Persona w usługach

- Tworzenie szczegółowego profilu klienta idealnego.
- Określenie potrzeb, problemów, obaw i kryteriów decyzyjnych klienta.
- Dopasowanie komunikacji do klienta usługowego.
- Uzupełnienie sekcji Buyer Persona w dokumencie strategicznym.

Moduł 3: Analiza SWOT

- Identyfikacja mocnych i słabych stron własnej działalności.
- Określenie szans i zagrożeń rynkowych.
- Wykorzystanie analizy SWOT do dalszego planowania marketingowego.

Moduł 4: Lejek marketingowy / Lead Generation

- Omówienie modelu lejka: ruch, lead magnet, nurturing, sprzedaż lub konsultacja.
- Projektowanie ścieżki pozyskiwania zapytań dla firmy usługowej.
- Dopasowanie etapów lejka do własnej oferty.

Moduł 5: Budżet i konkurencja

- Planowanie podstawowego budżetu marketingowego.
- Określenie założeń dotyczących kosztu pozyskania leada.
- Analiza konkurencji: oferta, komunikacja, ceny, wyróżniki.
- Uzupełnienie sekcji dotyczącej budżetu i konkurencji.

Moduł 6: Lead magnety

- Projektowanie lead magnetu dopasowanego do klienta idealnego.
- Dobór formy lead magnetu, np. e-book, checklist, webinar, bezpłatna konsultacja, materiał edukacyjny.
- Określenie celu lead magnetu i sposobu jego wykorzystania w lejku.

Moduł 7: USP / Unikalna Propozycja Sprzedaży

- Definiowanie obietnicy marki.
- Określenie powodów, dla których klient ma wybrać daną usługę.
- Formułowanie komunikatu wyróżniającego ofertę.

Moduł 8: Identyfikacja wizualna

- Omówienie znaczenia spójności wizualnej w marce usługowej lub eksperckiej.
- Określenie podstawowych założeń identyfikacji wizualnej wspierającej komunikację marki.

Moduł 9: Wielka Oferta / The Grand Offer

- Konstruowanie oferty usługowej lub pakietu usług.
- Dopasowanie oferty do klienta idealnego.
- Określenie elementów zwiększających atrakcyjność i czytelność propozycji sprzedażowej.

DZIEŃ 2 – Organiczne Budowanie Autorytetu i Zasięgu

Moduł 10: Strona lądowania / Landing Page

- Omówienie struktury strony lądowania nastawionej na konwersję.
- Projektowanie układu landing page dla lead magnetu lub zapisu na usługę.
- Określenie nagłówka, sekcji, wezwania do działania i elementów budujących zaufanie.

Moduł 11: Profil Firmy w Google

- Planowanie optymalizacji Profilu Firmy w Google.
- Określenie elementów wpływających na wiarygodność i widoczność firmy usługowej.
- Przygotowanie rekomendacji zmian w profilu firmy.

Moduł 12: Facebook Fanpage

- Planowanie komunikacji na Facebooku.
- Określenie tematów treści budujących autorytet i relację z odbiorcami.
- Dopasowanie komunikacji do klienta idealnego.

Moduł 13: Instagram dla biznesu

- Planowanie wykorzystania Instagrama w budowaniu marki eksperta lub firmy usługowej.
- Dobór typów treści: edukacyjnych, wizerunkowych, sprzedażowych.
- Opracowanie przykładowych kierunków komunikacji.

Moduł 14: LinkedIn / Budowanie marki eksperta

- Planowanie komunikacji na LinkedIn, szczególnie w obszarze B2B.
- Określenie tematów publikacji i grup odbiorców.
- Dopasowanie działań do marki eksperckiej lub usług profesjonalnych.

Moduł 15: Email marketing / Nurturing leadów

- Omówienie roli email marketingu w budowaniu relacji z leadami.
- Planowanie podstawowej sekwencji wiadomości po pobraniu lead magnetu.
- Określenie celu wiadomości i sposobu prowadzenia odbiorcy do kontaktu lub zakupu.

Moduł 16: SEO / Content marketing / Blog

- Planowanie treści eksperckich odpowiadających na pytania potencjalnych klientów.
- Określenie tematów artykułów, wpisów blogowych lub materiałów edukacyjnych.
- Powiązanie treści z etapami lejka marketingowego.

DZIEŃ 3 – Płatne Kampanie Lead Generation

Moduł 17: Google Ads – kampanie w wyszukiwarce / Search – krótkie wprowadzenie teoretyczne + warsztat

- Omówienie podstaw planowania kampanii Google Search.
- Wyszukiwanie i grupowanie słów kluczowych.
- Planowanie struktury kampanii dla firmy usługowej.
- Przygotowanie założeń tekstów reklamowych.

Moduł 18: Meta Ads / Facebook i Instagram dla usług – krótkie wprowadzenie teoretyczne + warsztat

- Omówienie typów kampanii Meta Ads nastawionych na generowanie leadów.
- Planowanie kampanii promującej lead magnet.
- Dobór strategii reklamowej: Lead Ads, kampania konwersyjna lub remarketing.
- Dopasowanie kampanii do celu marketingowego uczestnika.

Moduł 19: Podsumowanie i plan wdrożeniowy – warsztat

- Uporządkowanie opracowanego „Dokumentu Strategii Marketingowej 2.0”.
- Ustalenie priorytetów wdrożeniowych.
- Określenie działań do realizacji po powrocie do firmy.
- Określenie podstawowych wskaźników efektywności działań marketingowych.
- Omówienie sposobu monitorowania efektów z wykorzystaniem KPI, Google Analytics 4 lub Google Tag Manager.

Walidacja efektów uczenia się

Łączna ilość godzin: 24 h zegarowe w tym: 3h teoria, 17,5h praktyka, 3h przerwy, 0,5 walidacja

Warunki organizacyjne

1. Szkolenie grupowe; rekomendowana wielkość grupy: 12 osób (maks.).
2. Uczestnicy pracują warsztatowo na własnych laptopach (lub komputerach dostępnych w sali)
3. Usługa jest realizowana w godzinach zegarowych 1h=60 min.
4. Przerwy wliczają się w czas trwania usługi i mogą być elastycznie dostosowane do tempa pracy uczestników i dynamiki szkolenia
5. Walidacja jest realizowana ostatniego dnia szkolenia
6. Metody walidacji efektów uczenia się: test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie, Analiza dowodów i deklaracji.
7. Walidacja prowadzona jest z zachowaniem rozdzielności procesu szkolenia od procesu walidacji.

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 30

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 30 Moduł 1: Opis firmy	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	09:00	10:00	01:00
2 z 30 Moduł 2: Klient idealny / Buyer Persona w usługach	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	10:00	11:00	01:00
3 z 30 -	Przerwa	-	14-08-2026	11:00	11:15	00:15
4 z 30 Moduł 3: Analiza SWOT	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	11:15	12:00	00:45
5 z 30 Moduł 4: Lejek marketingowy / Lead Generation	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	12:00	13:00	01:00
6 z 30 -	Przerwa	-	14-08-2026	13:00	13:30	00:30
7 z 30 Moduł 5: Budżet i konkurencja	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	13:30	14:15	00:45
8 z 30 -	Przerwa	-	14-08-2026	14:15	14:30	00:15
9 z 30 Moduł 6: Lead magnety	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	14:30	15:15	00:45

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 30 Moduł 7: USP / Unikalna Propozycja Sprzedaży	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	15:15	15:45	00:30
11 z 30 Moduł 8: Identyfikacja wizualna	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	15:45	16:15	00:30
12 z 30 Moduł 9: Wielka Oferta / The Grand Offer	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	14-08-2026	16:15	17:00	00:45
13 z 30 Moduł 10: Strona lądowania / Landing Page	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	09:00	10:15	01:15
14 z 30 Moduł 11: Profil Firmy w Google	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	10:15	11:00	00:45
15 z 30 -	Przerwa	-	15-08-2026	11:00	11:15	00:15
16 z 30 Moduł 12: Facebook Fanpage	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	11:15	12:00	00:45
17 z 30 Moduł 13: Instagram dla biznesu	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	12:00	12:45	00:45
18 z 30 -	Przerwa	-	15-08-2026	12:45	13:15	00:30
19 z 30 Moduł 14: LinkedIn / Budowanie marki eksperta	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	13:15	14:00	00:45
20 z 30 -	Przerwa	-	15-08-2026	14:00	14:15	00:15
21 z 30 Moduł 15: Email marketing / Nurturing leadów	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	14:15	15:30	01:15

Przedmiot / temat	Typ aktywności	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 30 Moduł 16: SEO / Content marketing / Blog	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	15-08-2026	15:30	17:00	01:30
23 z 30 Moduł 17: Google Ads – kampanie w wyszukiwarce / Search	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	16-08-2026	09:00	11:00	02:00
24 z 30 -	Przerwa	-	16-08-2026	11:00	11:15	00:15
25 z 30 Moduł 18: Meta Ads / Facebook i Instagram dla usług cz.1	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	16-08-2026	11:15	13:00	01:45
26 z 30 -	Przerwa	-	16-08-2026	13:00	13:30	00:30
27 z 30 Moduł 18: Meta Ads / Facebook i Instagram dla usług cz.2	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	16-08-2026	13:30	14:30	01:00
28 z 30 -	Przerwa	-	16-08-2026	14:30	14:45	00:15
29 z 30 Moduł 19: Podsumowanie i plan wdrożeniowy	Zajęcia	MICHAŁ LUBASZEWSKI	16-08-2026	14:45	16:30	01:45
30 z 30 -	Walidacja	-	16-08-2026	16:30	17:00	00:30

Podsumowanie

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Suma godzin zegarowych usługi	24:00
w tym suma godzin zajęć	20:30
w tym suma godzin walidacji	00:30
w tym suma przerw	03:00

Rodzaj godzin

Liczba godzin

Suma godzin dydaktycznych bez przerw

28:00

Cennik

Cennik

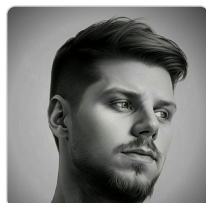
Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 280,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 280,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	220,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	220,00 PLN

Liczba godzin usługi

Rodzaj godzin	Liczba godzin
Liczba godzin zegarowych usługi	24:00

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

MICHAŁ LUBASZEWSKI

Michał Lubaszewski - Ekspert marketingu cyfrowego z ponad 11 letnim doświadczeniem, właściciel firmy szkoleniowej (od 2016 r.) i twórca platformy Kurs.Marketing. W latach 2020–2025 przeszkolił ponad 34 tys. uczestników w szkoleniach online i mentoringu. W okresie 2022–2025 jako konsultant MŚP realizował audyty i wdrożenia strategii marketingowych, optymalizował budżety Google/Meta Ads oraz wdrażał analitykę (GA4). Specjalizuje się w Performance Marketingu (Google Ads, Meta Ads), analityce (GTM, GA4), technicznym SEO i automatyzacji z wykorzystaniem AI. W latach 2024–2025 ukończył szkolenia/certyfikacje: Meta Ads (2024), Google Ads (2024), Google Analytics 4 (2024), Google Tag Manager (2025). Od marca 2025 r. współpracuje z agencją w obszarze szkoleń i doradztwa.

Osoba prowadząca usługę ma kwalifikacje i doświadczenie zgodne z tematyką usługi zdobyte w ostatnich 5 latach przed publikacją usługi.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Dostęp do interaktywnego narzędzia "Dokument Strategii Marketingowej 2.0" na platformie dostawcy usługi.

Drukowane materiały szkoleniowe (zeszyt ćwiczeń/workbook).

Informacje dodatkowe

Dostawca usługi zapewnia dostępność usługi każdemu zainteresowanemu uczestnikowi ze szczególnymi potrzebami zgodnie ze Standardem dostępności dla polityki spójności 2021-2027.

W przypadku potrzeby zapewnienia specjalnych udogodnień, przed zapisem na usługę, prosimy o kontakt.

Zwolnienie z VAT dla usług dofinansowanych co najmniej 70% następuje 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. z2013r. Nr 73, poz. 1722).

Zawarto umowę z Wojewódzki Urząd Pracy w Szczecinie na świadczenie usług rozwojowych z wykorzystaniem elektronicznych bonów szkoleniowych w ramach projektu Zachodniopomorskie Bony Szkoleniowe.

Adres

ul. Niemierzyńska 17a

71-441 Szczecin

woj. zachodniopomorskie

TECHNOPARK POMERANIA

Kontakt



TOMASZ NASIŁOWSKI

E-mail biuro@nasilowski.com

Telefon (+48) 605 215 500