



AVENHANSEN Sp. z o.o.

★★★★☆ 4,4 / 5

1 409 ocen

Szkolenie: Nowoczesne formy marketingu

Numer usługi 2026/05/04/5061/3533627

📍 Kraków

🏢 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 17:00 h

📅 06.07.2026 do 07.07.2026

1 580,00 PLN brutto

1 580,00 PLN netto

92,94 PLN brutto/h

92,94 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do:

- pracowników działów marketingu
- osób, które chcą poznać zagadnienia dotyczące nowoczesnych form marketingu

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

10

Data zakończenia rekrutacji

02-07-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

17

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Cele szkolenia jest przygotowanie do prowadzenia kreatywnych kampanii w mediach społecznościowych, promocji w Internecie oraz efektywnego kreowania wizerunku firmy w sieci.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Definiuje czym jest nowoczesny marketing	Opisuje z czego się składa nowoczesny marketing	Test teoretyczny
	Wymienia różnice między "klasycznym" marketingiem a "partyzanckim"	Test teoretyczny
Stosuje typowe działania marketingu partyzanckiego	Opisuje czym jest Teaser release, Flash-mob, Early birds, Gry miejskie, Lifestyle insert, Ambient marketing, Marketing wirusowy, Storytelling, Event i inne.	Test teoretyczny
Kreuje wizerunek marki w social media	Opisuje od czego zacząć działania w social media	Test teoretyczny
	Definiuje czym jest marketing relacji	Test teoretyczny

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

Do udziału w szkoleniu zapraszamy pracowników działów marketingu zainteresowanych uzyskaniem wiedzy z zakresu nowoczesnych form marketingu, których celem jest:

- Oszczędność pieniędzy na działaniach marketingowych
- Zwiększenie przychodów ze sprzedaży
- Zwiększenie rozpoznawalności marki
- Szerokie dotarcie marki do odbiorców
- Wybranie odpowiednich działań marketingowych dla Twojego produktu/usługi
- Stworzenie optymalnego planu działań marketingowych

PROGRAM SZKOLENIA:

Dzień 1 – Strategia, komunikacja i kanały

MODUŁ I. NOWOCZESNY MARKETING 2026: CO DZIAŁA I DLACZEGO

- jak zmieniło się zachowanie klienta i ścieżka zakupowa
- „funnel” vs „flywheel” (pozyskanie–aktywacja–utrzymanie–polecenia)
- rola treści, społeczności, rekomendacji i danych

Ćwiczenie: mapa ścieżki klienta + 3 momenty decydujące („momenty prawdy”).

MODUŁ II. POZYCJONOWANIE I OFERTA: FUNDAMENTY POD SKUTECZNY MARKETING

- persona/ICP: komu sprzedajemy naprawdę
- propozycja wartości: problem → obietnica → dowód → wyróżnik
- jak „opakować” ofertę, żeby komunikacja była prosta

Ćwiczenie: one-liner marki + 3 argumenty „dlaczego my”.

MODUŁ III. KANAŁY I FORMATY: GDZIE BYĆ, ŻEBY TO MIAŁO SENS

- dobór kanałów do celu: zasięg / lead / sprzedaż / retencja
- Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube, Pinterest, newsletter
- jakie formaty działają: short video, karuzele, live, webinary, UGC

Ćwiczenie: mapa kanałów (rola w lejku) + decyzja „TOP 2 kanały na 90 dni”.

MODUŁ IV. CONTENT, KTÓRY BUDUJE POPYT I ZAUFANIE

- 5 filarów treści: edukacja / dowód / inspiracja / relacja / oferta • treści pod obiekcje (sprzedażowe) i pod intencje (SEO)
- recykling treści: 1 materiał → 10 formatów

Ćwiczenie: 3 filary treści + lista 30 tematów (z podziałem na etapy lejka).

MODUŁ V. COPYWRITING I KOMUNIKATY: JAK PISAĆ, ŻEBY LUDZIE REAGOWALI

- hooki, nagłówki, struktury: AIDA, PAS, BAB
- CTA na każdym etapie (nie tylko „kup”)
- styl marki i spójność: tone of voice

Ćwiczenie: 5 postów (szkice) + 10 hooków do krótkich wideo.

MODUŁ VI. WARSZTAT KREATYWNOŚCI I „MARKETING SPRYTNY” (GUERRILLA + GROWTH)

- generowanie pomysłów: SCAMPER, odwrócenie, constraints
- akcje niskobudżetowe, ale bezpieczne dla marki
- mechanizmy wirusowości: emocje, udział, prostota, „do opowiedzenia”

Ćwiczenie: 1 koncept kampanii (headline + mechanika + kanał + CTA).

Podsumowanie dnia 1: wybór 3 priorytetów i plan pracy na dzień 2.

Dzień 2 – Performance, automatyzacja, AI i plan wdrożenia

MODUŁ VII. PERFORMANCE MARKETING W PRAKTYCE: JAK NIE PRZEPALAĆ BUDŻETU

- podstawy: targetowanie, kreacje, landing, oferta, pixel/konwersje
- najczęstsze błędy i proste testy A/B
- kiedy reklama ma sens, a kiedy nie

Ćwiczenie: checklista kampanii + 3 testy do uruchomienia.

MODUŁ VIII. LEJEK I LANDING PAGE: JAK ZAMIENIAĆ UWAGĘ W LEADY

- lead magnety, webinary, konsultacje, demo – co pasuje do czego
- landing page w 8 blokach (szablon)
- proste KPI: CTR, CPL, CVR, CAC, LTV

Ćwiczenie: szkic landing page + 1 lead magnet (temat, obietnica, struktura).

MODUŁ IX. AUTOMATYZACJA I E-MAIL MARKETING: „ZYSK Z KONSEKWENCJI”

- sekwencje: powitalna, edukacyjna, sprzedażowa, reaktywacja
- segmentacja i personalizacja (minimum skuteczne)
- rytm komunikacji i higiena bazy

Ćwiczenie: sekwencja 5 maili + scenariusz newslettera tygodniowego.

MODUŁ X. AI W MARKETINGU: ASYSTENT, NIE ZASTĘPCA

- do czego AI naprawdę przyspiesza pracę: pomysły, research, warianty, struktury
- jak pisać prompty (prosty framework)
- kontrola jakości: ton, fakty, unikanie „waty”

Ćwiczenie: prompt-biblioteka (10 gotowców) + 3 warianty treści do publikacji.

MODUŁ XI. SOCIAL PROOF, COMMUNITY I PARTNERSTWA

- opinie, case studies, UGC, ambasadorzy, rekomendacje
- jak budować społeczność i utrzymanie (retencja)
- współprace: mikroinfluencerzy, partnerzy branżowi, afiliacja

Ćwiczenie: plan pozyskania 10 opinii/case'ów + 5 partnerów do kontaktu.

MODUŁ XII. PLAN WDROŻENIA 30/60/90 + DASHBOARD WYNIKÓW

- priorytety: co robimy najpierw, co „parking”
- harmonogram: content + kampanie + automatyzacje
- dashboard: 5–8 metryk, które mają znaczenie

Ćwiczenie finałowe: plan 30/60/90 + kalendarz treści (min. 2 tygodnie) + KPI.

MODUŁ XIII. WALIDACJA - test teoretyczny jest rozdawany wszystkim uczestnikom w tym samym czasie przez Trenera a sprawdzany przez WALIDATORA

Metody zastosowane podczas szkolenia

- Mini-wykład
- ćwiczenia
- praca na case'ach uczestników
- narzędzia i szablony

Proporcja zajęć praktycznych do teoretycznych to 70/30

Usługa jest prowadzona w trybie godzin dydaktycznych (45min). Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi.

Więcej informacji na:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/szkolenia-otwarte/nowoczesne-formy-marketingu-2026-07-06-krakow.html>

Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 3

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 3 Nowoczesne formy marketingu	WIKTORIA CZARNECKA	06-07-2026	10:00	17:00	07:00
2 z 3 Nowoczesne formy marketingu	WIKTORIA CZARNECKA	07-07-2026	09:00	15:45	06:45
3 z 3 WALIDACJA - test teoretyczny jest rozdawany wszystkim uczestnikom w tym samym czasie przez Trenera a sprawdzany przez WALIDATORA	WIKTORIA CZARNECKA	07-07-2026	15:45	16:15	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 580,00 PLN
Podmiot uprawniony do zwolnienia z VAT na podstawie art. 43 ust. 1 ustawy o VAT	
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 580,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	92,94 PLN
Koszt osobogodziny netto	92,94 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

WIKTORIA CZARNECKA

W swojej pracy łączy PR & Marketing z wiedzą pedagogiczną. Działa pod własną marką: Szybylety PR. Zajmuje się budowaniem tożsamości marki przez jej historię. Doradza i szkoli z storytellingu, marketingu historycznego, sportowego. Interesuje się kreatywnością w marketingu. Autorka pierwszej w Polsce książki o marketingu historycznym.

Członek Stowarzyszenia Sport Biznes Polska.

Pomysłodawca eventów: „Wakacje z PR” „Kobieca Liga Mistrzyń” i projektu „Wiślackie Pokolenia”.

Pracowała w Biurze Prasowym Wisły Kraków, jako kierownik ds. PR w Widzewie Łódź. Posiada doświadczenie z pracy w agencji PR, w której zajmowała się markami z branży FMCG oraz produktów sanitarnych. Prowadziła komunikację w mediach społecznościowych marek terytorialnych: Urząd Marszałkowski Województwa Łódzkiego oraz Miasto Łódź.

Autorka artykułów w książce „Marketing sportowy. Profesjonalne zarządzanie w sporcie”. Współpracuje z Nowym Marketingiem i Marketingiem w Praktyce.

Wykonała edycję merytoryczną Handbooka "Design Thinking Zmienia Łódzkie". Była prelegentem m.in. na: Element Small Talks #1 Product & Interior, Którédy do Marketingu czy Creative Vibes, II Forum sąsiedzkie w Centrum OPUS, Rozwój NGO - nowoczesne metody i narzędzia, Lodzkie Innovation Days. Jest wykładownicą akademickim w Wyższej Szkole Ekologii i Zarządzania w Warszawie. Należała do zespołu naukowego w Europejskim Regionalnym Centrum Ekohydrologii Polskiej Akademii Nauk w Łodzi przy międzynarodowym projekcie ATENAS JPI Water.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

- Autorskie materiały szkoleniowe - skrypt w wersji elektronicznej, ćwiczenia w wersji papierowej do wykorzystania na szkoleniu.
- Uczestnik otrzyma certyfikat ukończenia szkolenia przy frekwencji min. 80% (sposób potwierdzenia frekwencji - podpis na liście obecności)

Warunki uczestnictwa

Prosimy o wypełnienie formularza zgłoszeniowego na stronie „Baza Usług Rozwojowych”.

Wypełnienie formularza zgłoszeniowego w BUR jest jednoznaczne z akceptacją regulaminu szkoleń otwartych AVENHANSEN, który jest dostępny pod linkiem:

<https://szkolenia.avenhansen.pl/regulamin-szkolen-otwartych.html>

Bezkosztowa anulacja możliwa do 8 dni przed planowanym terminem szkolenia

Informacje dodatkowe

W ramach szkolenia otwartego gwarantujemy Państwu:

- Miłą i fachową obsługę
- Profesjonalizm trenera
- Ciekawe materiały szkoleniowe

- Dyplomy ukończenia szkolenia (przy frekwencji min 80%)
- Wsparcie poszkoleniowe Trenera (do miesiąca po zakończonym szkoleniu)
- Możliwość wpływu na zakres i przebieg szkolenia akceptowalny przez wszystkich jego uczestników

Oferujemy również możliwość wymiany spostrzeżeń i wniosków z innymi uczestnikami szkolenia: Zobacz forum: www.forum-szkolenia.pl

Szkolenie mające charakter usługi kształcenia zawodowego sfinansowane w przynajmniej w 70% ze środków publicznych zostanie zwolnione z podatku VAT (stawka VAT zwolniony) zgodnie z treścią rozporządzenia Ministra Finansów w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień z dnia 20 grudnia 2013 r. (Dz.U. z 2013 r. poz. 1722) par. 3 ust. 1 pkt 14 tego rozporządzenia.

* 1 godzina szkoleniowa = 45 minut

Przerwy nie są wliczone w czas trwania szkolenia.

Adres

ul. Floriana Straszewskiego 17

31-101 Kraków

woj. małopolskie

Hotel***** Radisson Blu

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Katarzyna Szypowska

E-mail kszypowska@avenhansen.pl

Telefon (+48) 515 212 452