

VIDEO MARKETING. Youtube, Instagram i TikTok w marketingu

O SZKOLENIU:

Szkolenie pokazuje, jak wykorzystać video marketing jako realne narzędzie wzrostu - od budowania zasięgu po generowanie sprzedaży.

Uczestnicy uczą się projektować działania video jako spójny system: od strategii i doboru treści, przez tworzenie materiałów, po kampanie reklamowe i analizę wyników. Program obejmuje YouTube, Instagram i TikTok, koncentrując się na tym, jakie decyzje podejmować, aby działania video przekładały się na konkretne efekty biznesowe.

To szkolenie dla osób i zespołów, które chcą przejść od pojedynczych publikacji do uporządkowanego, skalowalnego podejścia do video marketingu ? opartego na danych, testowaniu i ciągłej optymalizacji.

Istotnym elementem programu jest wykorzystanie AI w tworzeniu materiałów video.

Uczestnicy poznają, jak:

szybciej tworzyć koncepcje i scenariusze,
generować i testować różne warianty treści (hooki, CTA, długości),
efektywnie edytować i adaptować materiały do różnych platform,
skalować produkcję video bez proporcjonalnego zwiększania kosztów i czasu.

Szkolenie z video marketingu może być realizowane w różnych formach - jako szkolenie otwarte, zamknięte dla zespołu firmowego lub w formule 1:1.

Dzięki temu program może być dopasowany do poziomu zaawansowania uczestników, specyfiki organizacji oraz aktualnych celów biznesowych.

Szczególnie efektywna jest formuła 1:1, która pozwala pracować bezpośrednio na konkretnych wyzwaniach, danych i działaniach marketingowych. W tym modelu uczestnik rozwija własne projekty video, optymalizuje kampanie i podejmuje decyzje w oparciu o realne case'y - z natychmiastowym przełożeniem na wyniki.

Szkolenie ma charakter warsztatowy - uczestnicy pracują na przykładach i case'ach, tworząc konkretne pomysły, formaty treści i plan działań możliwy do wdrożenia od razu po szkoleniu.

Szkolenie Video Marketing poprowadzi

MARTYNA BUSZCZAK

Ekspertka video marketingu z blisko 12-letnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach Google i YouTube, gdzie odpowiadała za rozwój strategii marketingowych, planowanie kampanii video marketingu oraz wdrożenia rozwiązań opartych o wideo i narzędzia Google Ads. Współpracowała m.in. z takimi markami jak PepsiCo, McDonald's, Disney, Renault, Nivea, Coca-Cola czy Volkswagen, realizując projekty z zakresu strategii marketingowej, komunikacji oraz kampanii digital. Pełny profil Martyny Buszczak dostępny jest na stronie zespołu trenerskiego B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa.

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



CELE SZKOLENIA:

Celem szkolenia "VIDEO MARKETING. Youtube, Instagram i TikTok w marketingu" jest przygotowanie uczestników do projektowania i prowadzenia działań video marketingowych, które wspierają konkretne cele biznesowe - od budowania zasięgu po generowanie sprzedaży.

Uczestnicy uczą się:

podejmować decyzje dotyczące strategii video w oparciu o dane i cele marketingowe,
projektować treści i kampanie dopasowane do etapu lejka oraz specyfiki platform (YouTube, Instagram, TikTok),
optymalizować działania video na podstawie wyników i testów,
wykorzystywać video jako narzędzie skalowania działań marketingowych i wzrostu efektywności kampanii.

SZKOLENIE VIDEO MARKETING - EFEKTY BIZNESOWE

Po szkoleniu z video marketing uczestnicy:

podejmują świadome decyzje dotyczące roli video w strategii marketingowej – od budowania zasięgu po generowanie sprzedaży,
projektują spójne działania video dopasowane do celów biznesowych, etapu lejka i specyfiki platform (YouTube, Instagram, TikTok),
dobierają formaty i tematy treści w oparciu o intencję odbiorcy oraz dane z platform,
tworzą i optymalizują materiały video, które zwiększają zaangażowanie, retencję i konwersję,
planują i skalują system publikacji oraz dystrybucji treści video w modelu ciągłego testowania,
projektują i prowadzą kampanie video (YouTube, Meta, TikTok) z jasno określonymi KPI i logiką optymalizacji,
analizują wyniki działań organicznych i płatnych oraz przekładają dane na konkretne decyzje marketingowe,
wykorzystują AI do szybszego tworzenia, testowania i iterowania treści video.

Dla kogo jest to szkolenie z video marketingu:

Szkolenie jest przeznaczone dla osób i zespołów, które chcą uporządkować i zwiększyć skuteczność działań video w marketingu - od strategii po kampanie i analizę wyników.

Najwięcej skorzystają:

managerowie i specjaliści marketingu, którzy odpowiadają za rozwój kanałów digital i chcą podejmować lepsze decyzje oparte na danych,
zespoły marketingowe, które prowadzą działania video, ale chcą przejść od pojedynczych publikacji do spójnego systemu contentowego i kampanii,
firmy rozwijające obecność na YouTube, Instagramie i TikToku, które potrzebują dopasować treści i działania do specyfiki platform,
marki inwestujące w kampanie reklamowe video, które chcą poprawić efektywność działań i lepiej wykorzystać budżety mediowe,
organizacje, które chcą skalować działania video, wykorzystując testy, analitykę i AI w codziennej pracy marketingowej.

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



PROGRAM SZKOLENIA:

DZIEŃ 1: VIDEO CONTENT

1. Wprowadzenie

Cele szkolenia i agenda dnia

Oczekiwania uczestników

Kontekst biznesowy video marketingu

Jak będziemy pracować (warsztatowo + case study)

2. Rola video w strategii marketingowej

Ekosystem video marketingu

Rola video w strategii marketingowej i sprzedażowej

Rola video w lejku (świadomość & rarr; rozważanie & rarr; konwersja)

Video jako narzędzie sprzedaży, nie tylko zasięgu

Trendy: creator economy, AI, algorytmy rekomendacji

3. YouTube - strategia, content i algorytm

Rola YouTube w ekosystemie video (search + discovery)

Typy treści: long-form, Shorts, serie

Odbiorcy i intencja użytkownika (search vs browse)

Budowa kanału: strona główna, playlisty, miniatury, tytuły, SEO

Struktura video pod retencję i watch time

Algorytm: CTR, watch time, session time, rekomendacje

Trendy: Shorts jako driver wzrostu, content seryjny

Praca warsztatowa (YouTube):

Checklista: struktura kanału, tytuły, miniatury,

Dobór 3 formatów video dopasowanych do celów biznesowych

Plan 5 pierwszych tematów (search + discovery)

4. Instagram - strategia, content i algorytm

Rola Instagrama w budowaniu marki i społeczności

Formaty: Reels, Stories, Feed, Carousels

Odbiorcy i zachowania użytkowników

Budowa profilu: bio, highlights, spójność wizualna

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Tworzenie treści: hook, storytelling, estetyka
Algorytm: relacje, saves, shares, watch time
Trendy: short-form video, creator-first, formaty edukacyjne

Praca warsztatowa (Instagram):

Checklista: bio, highlights, spójność feedu
Dobór 3 filarów contentowych (edukacja / inspiracja / sprzedaż)
Szkic 2 formatów powtarzalnych (serie)

5. TikTok - strategia, content i algorytm

Rola TikToka w discovery i szybkim wzroście
Charakterystyka odbiorców i zachowań
Formaty: native video, trendy, UGC-style
Budowa konta i pierwsze publikacje
Tworzenie treści: szybkość, autentyczność, hook
Algorytm: watch time, completion rate, interakcje
Trendy: audio, formaty powtarzalne, storytelling

Praca warsztatowa (TikTok):

Checklista: setup konta i pierwsze publikacje
Dobór 3 formatów video (UGC / edukacja / trend)
Szkic 2 serii contentowych

6. Tworzenie angażujących treści video

Hook w pierwszych 3 sekundach
Struktura video (hook & wartość & CTA)
Storytelling vs content edukacyjny
Formaty: talking head, UGC, voice-over, demo
Długość video vs retencja
CTA & jak prowadzić do działania
Różnice: twórcy vs marki (styl, autentyczność, tempo, sprzedaż)
Jak marki mogą adaptować styl twórców (UGC, storytelling, formaty)

Praca warsztatowa: analiza treści video i rekomendacje edycji

7. Publikacja i skalowanie treści

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



Jak często publikować (realnie vs idealnie)

Serie i formaty powtarzalne

Testowanie tematów i formatów

Dystrybucja cross-platformowa

Współprace i collab-y

Praca warsztatowa: planowanie miesięcznego harmonogramu treści video

8. Analityka działań organicznych

Kluczowe metryki: (watch time / retention, CTR (YouTube), aves / shares / comments)

Jak czytać wyniki video

Iteracja contentu na podstawie danych

9. Podsumowanie dnia

Kluczowe wnioski i dobre praktyki

Q&A

DZIEŃ 2: REKLAMY VIDEO I ICH EFEKTYWNOŚĆ

1. Wprowadzenie

Podsumowanie dnia 1 i kontekst dnia 2

Cele dnia (performance + skalowanie)

2. Rola video w kampaniach płatnych

Dlaczego video jest głównym driverem performance

Video vs statyczne kreacje

Dopasowanie video do celów kampanii

Full-funnel video strategy

3. YouTube Ads

Typy kampanii (Video Reach Campaign, Demand Gen, Performance Max)

Intencja użytkownika vs format reklamy

Targetowanie

Struktura skutecznej kampanii

Dobre praktyki kampanii YT

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



4. Reklamy video na Instagramie i Facebooku

Formaty: Reels, Stories, Feed

Struktura kampanii i grup odbiorców

Dobre praktyki kreacji video w Meta Ads

5. TikTok Ads

Specyfika platformy (native content first)

Jak tworzyć reklamy, które „nie wyglądają jak reklamy”

Struktura kampanii

Trendy i wykorzystanie UGC

6. Skuteczna kreacja wideo

Co działa w reklamach video (konkretne schematy)

Hooki sprzedażowe vs edukacyjne

Reklamy, które działają

Praca warsztatowa: analiza działań reklamowych

Analiza 2-3 kampanii video (różne platformy)

Rekomendacje: 2 zmiany zwiększające skuteczność

7. AI w tworzeniu materiałów video

Generowanie konceptów i scenariuszy (prompty, iteracje)

Tworzenie wariantów kreacji (hooki, CTA, wersje długości)

Edycja i adaptacja materiałów (napisy, skróty, wersje platformowe)

Elementy Video AI (voice-over, awatary, dubbing)

8. Influencer i UGC video

Rola twórców w strategii video

Kiedy influencer marketing ma sens

UGC jako paliwo do reklam

Jak briefować twórców

Jak wykorzystywać materiały w paid

ABY WZIAĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



9. Analityka kampanii video

Przegląd metryk kampanii video

Analiza ustawień kampanii i kreacji kreacji

Optymalizacja kampanii

Projektowanie testów A/B

Brand Lift: kiedy stosować i co mierzyć

Łączenie metryk performance i brandowych w decyzjach

10. Ćwiczenie: Plan kampanii video

Praca na briefie

Dobór platform i formatów

Koncepcja kreacji video

Określenie KPI

Plan testów i optymalizacji

11. Podsumowanie dnia i Q&A

Najważniejsze decyzje strategiczne

Co wdrożyć od razu

Najczęstsze błędy do uniknięcia

Szkolenie VIDEO MARKETING. Youtube, Instagram i TikTok w marketingu poprowadzi

TRENER:

MARTYNA BUSZCZAK - Ekspert Digital Marketingu i AI

Ekspertka digital marketingu, strategii wideo marketingu i AI z blisko 12-letnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach Google i YouTube.

Wspiera firmy w skutecznym wykorzystaniu digital marketingu, video marketingu oraz AI do budowania marek i zwiększania efektywności działań marketingowych w oparciu o realne dane i sprawdzone rozwiązania.

Przez blisko 12 lat związana z Google i YouTube, gdzie odpowiadała za rozwój strategii marketingowych, planowanie kampanii digital oraz wdrożenia rozwiązań opartych o wideo i narzędzia Google Ads. Pracowała zarówno z największymi markami globalnymi, jak i agencjami mediowymi, wspierając je w budowaniu skutecznych strategii komunikacji i zwiększaniu efektywności działań marketingowych.

W ramach swoich ról pełniła funkcje doradcze i liderskie, prowadziła warsztaty oraz szkolenia dla klientów i partnerów Google, a także działała jako trenerka wewnętrzna. Specjalizowała się w obszarze strategii wideo, YouTube oraz

ABY WZIĄĆ UDZIAŁ W SZKOLENIU WYPEŁNIONE,
PODPISANE I OPIECZĘTOWANE ZGŁOSZENIE
PRZEŚLIJ SKANEM NA ADRES bok@bonavigator.pl



wykorzystania ekosystemu Google w budowaniu marek i realizacji celów biznesowych. Współpracowała m.in. z takimi markami jak PepsiCo, McDonald's, Disney, Renault, Nivea, Coca-Cola czy Volkswagen, realizując projekty z zakresu strategii marketingowej, komunikacji oraz kampanii digital.

Dziś koncentruje się na łączeniu marketingu, sprzedaży i sztucznej inteligencji w praktycznych zastosowaniach biznesowych. Jej szkolenia mają charakter warsztatowy i opierają się na realnych case studies oraz sprawdzonych wdrożeniach - uczestnicy pracują na konkretnych narzędziach i rozwiązaniach możliwych do natychmiastowego wykorzystania.

W B&O NAVIGATOR Firma Szkoleniowa prowadzi szkolenia z zakresu digital marketingu, video marketingu oraz wykorzystania AI w biznesie. Pracuje w języku polskim i angielskim, w formule stacjonarnej, online i hybrydowej.