

FUNDAMENTY DIGITAL MARKETINGU. Szkolenie dla managerów i specjalistów marketingu

O SZKOLENIU:

Szkolenie Fundamenty Digital Marketingu pozwala uporządkować działania marketingowe w kanałach online i podejmować trafne decyzje zamiast działać intuicyjnie. Pokazuje, jak połączyć strategię z codzienną pracą - tak, żeby działania digital miały jasny cel i realnie wspierały wyniki biznesowe.

Dzięki szkoleniu zyskujesz spójne podejście do marketingu online: wiesz, jakie kanały wybrać, jak je ze sobą łączyć i jak planować kampanie, które mają sens biznesowy. Uczysz się pracować na danych, analizować wyniki i optymalizować działania, zamiast polegać na przypadkowych decyzjach lub rekomendacjach z zewnątrz.

To szkolenie daje Ci kontrolę nad digital marketingiem - zarówno wtedy, gdy sam prowadzisz działania, jak i wtedy, gdy współpracujesz z zespołem lub agencją. Wychodzisz z konkretnym podejściem, które możesz od razu zastosować w swojej pracy.

Szkolenie z digital marketingu poprowadzi

MARTYNA BUSZCZAK

Ekspertka digital marketingu z blisko 12-letnim doświadczeniem w międzynarodowych strukturach Google i YouTube, gdzie odpowiadała za rozwój strategii marketingowych, planowanie kampanii digital 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.

CELE SZKOLENIA:

Nasze szkolenie z digital marketingu rozwija umiejętność projektowania i prowadzenia działań marketingowych, które realnie wspierają cele biznesowe - od budowy strategii, przez dobór kanałów i narzędzi, po planowanie, realizację i optymalizację kampanii. Uczestnicy uczą się podejmować decyzje w oparciu o dane oraz zarządzać działaniami digital w sposób uporządkowany i skuteczny.

Szkolenie "Fundamenty Digital Marketingu" pozwala na:

Szkolenie dostarcza uporządkowanego podejścia do digital marketingu i umożliwia uczestnikom:

Budowanie spójnej strategii digital marketingowej w oparciu o cele biznesowe, persony, lejek sprzedażowy i budżet.

Dobór kanałów i działań marketingowych do etapów lejka oraz celów kampanii.

Projektowanie działań organicznych (SEO, content marketing, social media, lead magnets) wspierających pozyskiwanie i konwersję klientów.

Planowanie i strukturyzowanie kampanii płatnych (SEM, Display, Paid Social) w oparciu o intencję użytkownika i cele biznesowe.

~~Tworzenie planu działań w social mediach (platformy, formaty, tematy treści) dopasowanego do strategii marki.~~

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



Projektowanie kampanii marketingowych od briefu, przez komunikację i kreację, po określenie KPI.
Analizę wyników kampanii oraz formułowanie wniosków biznesowych
Podejmowanie decyzji optymalizacyjnych w oparciu o dane i kluczowe wskaźniki efektywności (KPI).
Wykorzystywanie różnych kanałów (paid, organic, influencer marketing, email) w sposób spójny w całym ekosystemie marketingowym.
Stosowanie gotowych frameworków i narzędzi do planowania i rozwoju działań digital marketingowych.

Szkolenie polecamy

Szkolenie "Fundamenty Digital Marketingu" polecamy managerom i specjalistom marketingu, którzy chcą uporządkować swoją wiedzę i podejmować bardziej świadome decyzje w obszarze digital marketingu.
Jest szczególnie wartościowe dla osób odpowiedzialnych za planowanie działań marketingowych, współpracę z agencjami lub rozwój kanałów online w organizacji.
Sprawdzi się zarówno dla tych, którzy chcą zbudować solidne fundamenty, jak i dla tych, którzy potrzebują poukładać i zintegrować dotychczasowe doświadczenia w spójne podejście do strategii i kampanii digitalowych.

Nasi klienci

W szkoleniach marketingowych B&O NAVIGATOR uczestniczyli managerowie i specjaliści z różnych branż polskiego biznesu. Mieliśmy przyjemność gościć na szkolenia otwartych i zamkniętych przedstawicieli takich firm jak m.in.:

ASTOR Sp. z o.o., Auchan Polska Sp. z o.o., Base Group Sp. z o.o., BDR Thermea Poland Sp. z o.o., BSH Sprzęt Gospodarstwa Domowego Sp. z o.o., CEVA Ground Logistics Polska Sp. z o.o., Goldman Sachs Towarzystwo Funduszy Inwestycyjnych S.A., KIRCHHOFF Automotive Sp. z o.o., Korporacja Ubezpieczeń Kredytów Eksportowych S.A., Kuchinox Sp. z o.o., Kupiec Sp. z o.o., Laboratoria Gemini Sp. z o.o., Lidl Sp. z o.o. Sp.K, MDDV Sp. z o.o., PKP Intercity S.A., SCM Sp. z o.o., Stock Polska Sp. z o.o., Uniwersytet Kaliski, Wawel S.A., WM Brands Sp. z o.o.

PROGRAM SZKOLENIA:

DZIEŃ 1: STRATEGIA I DZIAŁANIA ORGANICZNE

1. Fundamenty digital marketingu

Rola digitalu w strategii marketingowej

Jak działa rynek reklamy online

Kanały dostosowane do celów

Współpraca z agencją vs in-house oraz kompetencje zespołu digital

2. Strategia digitalowa

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



Cele biznesowe & rarr; cele marketingowe
Tworzenie person (praktyczne podejście)
Lejek sprzedażowy (TOFU / MOFU / BOFU)
Mapowanie customer journey
Dopasowanie kanałów do etapów lejka
Planowanie budżetu

Ćwiczenie: Stworzenie strategii digital (persony + lejek + kanały + budżet) dla własnej marki lub case study.

4. Rola strony www i podstawy optymalizacji pod konwersję

Rola strony www w ekosystemie digital
Co wpływa na konwersję po kliknięciu
Dobre praktyki skutecznej strony

Ćwiczenie: Analiza strony www z wykorzystaniem checklisty dobrych praktyk.

5. SEO i content marketing

Budowanie sieci treści i artykułów na stronie
Dobre praktyki SEO
Lead magnets jako element pozyskiwania leadów

6. Social media

Prowadzenie profili (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, YouTube)
Specyfika platform i formatów
Budowanie społeczności i zaangażowania
Aktywacje marketingowe w social media
Short form video (Reels, TikTok)

Ćwiczenie: Plan działań social media w strategii marketingowej (dobór platform, formatów i tematów treści).

7. Email marketing i automatyzacje

Projektowanie podstawowych flow (welcome, nurturing, sprzedażowe)
Segmentacja i dopasowanie komunikacji do odbiorcy
Rola emaila w lejku i integracja z innymi kanałami

8. Podsumowanie dnia

Kluczowe wnioski i uporządkowanie wiedzy

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



Najważniejsze elementy strategii digital

Pytania i doprecyzowanie

DZIEŃ 2: REKLAMY PŁATNE I STRUKTURA KAMPANII

1. SEM i Display - podstawa performance marketingu

Struktura kampanii (Search, Performance Max, Display)

Intencja użytkownika a typ kampanii

Listy remarketingowe

Optymalizacja kampanii i budżetu

2. Paid Social - reklamy w social mediach

Struktura kampanii (Meta, TikTok, LinkedIn)

Targetowanie odbiorców

Kreacja jako główny driver performance

Testowanie (formaty, komunikaty, grupy)

3. Influencer marketing

Kiedy sięgać po influencer marketing

Rola influencerów w strategii digital

Dobór twórców i formatów współpracy

4. Analityka i metryki

Kluczowe KPI w kampaniach digital

Interpretacja wyników kampanii

Wyciąganie wniosków i rekomendacji

5. Ćwiczenie: Planowanie kampanii

Praca na briefie marketingowym

Dobór kanałów

Planowanie komunikacji i kreacji

Określenie KPI i sposobu mierzenia efektów

6. Podsumowanie dnia i Q&A

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



Kluczowe wnioski z dnia

Najważniejsze decyzje i dobre praktyki

Odpowiedzi na pytania uczestników

Rekomendacje do wdrożenia po szkoleniu

Szkolenie Fundamenty Digital 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 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.