

Zintegrowany Rejestr Kwalifikacji

Formularz dla kwalifikacji - podgląd

Typ wniosku

Wniosek o włączenie kwalifikacji do ZSK

Nazwa kwalifikacji*

Prowadzenie działań Growth Hackingowych

Skrót nazwy

GH

Rodzaj kwalifikacji*

kwalifikacja cząstkowa

Proponowany poziom Polskiej Ramy Kwalifikacji*

5

Krótką charakterystyka kwalifikacji, obejmująca informacje o działaniach lub zadaniach, które potrafi wykonywać osoba posiadająca tę kwalifikację oraz orientacyjny koszt uzyskania dokumentu potwierdzającego otrzymanie danej kwalifikacji*

Kwalifikacja skierowana jest do osób, które chcą zajmować się planowaniem i realizowaniem wzrostu, opracowaniem krótkich strategii i ich wdrażaniem, analizowaniem i wyciąganiem wniosków, poprawą działań przedsiębiorstwa. Optymalizacją projektów marketingowych, efektywnym dysponowaniem budżetem firmy w zakresie komunikacji oraz promocji. GH zajmuje się content marketingiem, SEO, branding expand, viral communications, analizą ruchu i analizą opłacalności podjętych działań w obszarze marketingu. Może być pracownikiem działu marketingu, samodzielnym specjalistą, pełnić funkcje kierownicze. Osoba posiadająca tę kwalifikację potrafi: 1. Udokumentować swoje dotychczasowe rezultaty - przygotować raport uwzględniający nie tylko suche fakty na temat działań, ale również interpretację tych rezultatów w oparciu o porównywanie ze sobą danych, wyciąganie wniosków przyczynowo-skutkowych. 2. Pracować w środowisku Google, Facebook Business, Excel - potrafi tworzyć tabele przestawne, swobodnie poruszać się po arkuszu kalkulacyjnym, wyciągając szybko odpowiednie dane i tworzyć określone zestawienia, potrafi wyszukać dane statystyczne w podanych narzędziach, zinterpretować je oraz wyciągnąć wnioski do optymalizacji kolejnych działań. 3. Korzystać z narzędzi analitycznych m.in.: takich jak Google Analytics, Brand24, Hotjar, Senuto, Screamingfrog, Buzzsumo itp. potrafi segmentować dane, łączyć fakty, aby wyciągać bardziej szczegółowe statystyki. 4. Formułować wnioski i pracować na twardych danych, zestawiać je oraz analizować. Podejmować działania optymalizacyjne podczas opracowania strategii w oparciu o analitykę, a nie o zwykłą intuicję, która wiąże się z ryzykiem nieefektywnego lokowania budżetu. Jednocześnie zyskuje kompetencje w zakresie samej prezentacji z wykorzystaniem takich narzędzi jak Powerpoint, Prezi, Canva, Photopea, Adobe Photoshop. 5. Zaplanować prace wykonawcze w celu weryfikacji opracowanych koncepcji - w sytuacji kiedy brakuje danych lub są

one bardzo ograniczone -, GH potrafi założyć działania, ale jednocześnie wie jak przeprowadzić testy A/B w funkcjonalnościach strony WWW, zmierzyć efektywność kreacji w FaceAds i GoogleAds. 6. Samodzielnie zaplanować swoją pracę - zna narzędzia do zarządzania pracą jak Trello, Pipedrive stanowiący CRM do zarządzania komunikacją z otoczeniem firmy i prognozowaniem szans sprzedażowych. 7. Korzystać z narzędzi związanych z łączeniem strategii content marketingowych, PR i marketingu, SEO - wie jak opracować raporty uwzględniające ekwiwalent reklamowy z mediów (wskaźnik AVE), a także wie jak można efektywniej wykorzystać treści poza ich znaczeniem wizerunkowym. 8. Opracowywać materiały - wie jak stworzyć tekst dla SEO, artykuł na bloga, notatkę prasową, ulotkę promocyjną, opisy produktowe. 9. Zbudować stronę internetową z gotowych narzędzi, sklep internetowy, konfigurować blogi, obsługiwać narzędzia social mediowe - wie jak skonfigurować CMS wordpress na serwerze FTP łącznie z utworzeniem bazy SQL i ustawieniem odpowiedniego kodowania polskich znaków, zna środowisko woocommerce, potrafi integrować wordpress z wtyczkami w tym też z kanałami społecznościowymi. 10. W sposób kreatywny i otwarty stosować nowe rozwiązania. 11. Tworzyć moodboardy, makiety pomysłów na strony WWW i aplikacje mobilne. 12. Radzić sobie w trudnych sytuacjach, 13. Krytycznie myśleć. Mając tak szeroki zakres wiedzy będzie wartościowym pracownikiem zarówno w małej firmie, gdzie będzie łączył kompetencje kilku pracowników, jak i w dużej firmie, ponieważ wpłynie na optymalizację zatrudnienia, oraz będzie w stanie oceniać efekty pracy zakontraktowanych usług w podmiotach zewnętrznych takich jak agencje reklamowe, agencje SEO, agencje PR i ma specjalistę do zarządzania zespołem marketingu. Orientacyjny koszt walidacji: 1000zł brutto

Orientacyjny nakład pracy potrzebny do uzyskania kwalifikacji [godz.]*

430

Grupy osób, które mogą być zainteresowane uzyskaniem kwalifikacji*

Kwalifikacja kierowana jest do właścicieli małych i dużych biznesów, start upów, marketerów, specjalistów od public relations, specjalistów zajmujących się social mediami, kierowników marketingu, digital specjalistów, osób zajmujących się wzrostem biznesu, CEO w mikro firmach kreatywnych. Fundacji, stowarzyszeń, a także pracowników administracji samorządowej i podmiotów edukacji formalnej, w tym uczelni i szkół różnego szczebla. Kwalifikacją będą zainteresowani właściciele firm z branży kreatywnej, sztuki, mediów, e-commerce, retail, FMCG, HORECA, Green, ECO, biotechnologicznej, technologicznej, edukacyjnej, szkoleniowej, turystycznej, gastronomicznej, outsourcingu i każdej innej, w której zachodzi potrzeba komunikacji marketingowej. Do osób których motywacją będzie chęć poszerzenia swojej wiedzy, aby efektywniej konstruować i wydawać budżet marketingowy.

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)



Możliwe jest przygotowanie do uzyskania kwalifikacji w ramach obowiązkowych zajęć edukacyjnych z zakresu kształcenia zawodowego (branżowa szkoła I stopnia, technikum, szkoła policealna) [Rozporządzenie MEN z dnia 16 maja 2019 r.](#)

Wymagane kwalifikacje poprzedzające

Opis

nie dotyczy

Lista

W razie potrzeby warunki, jakie musi spełniać osoba przystępująca do walidacji*

nie dotyczy

Zapotrzebowanie na kwalifikację*

Zapotrzebowanie na Growth hacking z roku na rok staje się coraz większe na co wskazują między innymi publikacje naukowe między innymi z roku 2017: „Growth hacking, jako alternatywa dla tradycyjnego modelu marketingu w zarządzaniu start-upem” oraz coraz liczniejsze artykuły przewodniki i blogi z lat 2019-2021. GH polega na wykorzystaniu unikalnego zestawu umiejętności z zakresu marketingu, analityki, projektowania i kodowania, które niekoniecznie muszą się skalować. Większość startupów potrzebuje tych umiejętności jeszcze zanim osiągną dopasowanie produktu do rynku, ponieważ pomaga im to w uzyskaniu szybkiej traktacji. Wiele współczesnych "growth hacków" jest szybko produkowanych. Wiele funkcji, które kiedyś były "growth hackami" - jak chat-boty, popupy, web scrapery, zautomatyzowane wysyłki maili itp. są teraz opłacalnymi biznesami. Następnym tego jest to, że rola technologii w marketingu i wzroście będzie nadal rosła do 2025 roku. A co za tym idzie potrzebni są ludzie którzy będą cały czas rozwijać się w zakresie GH i nie będą opierać się tylko na „starych” modelach marketingowych. Jeśli więc chce się być konkurencyjny na rynku pracy w 2025 roku należy skupić się na tym co przyszłościowe a w tym wypadku oczywistym jest GH. Poprzez swoją pracę i ciągły rozwój GH ma zbudowaną szeroką bazę, skupia się na 1-2 podstawowych obszarach (SEO, e-mail/chat marketing, landing pages i CRO itp.). Growth hacking określany jest przyszłością marketingu. Metoda ta obejmuje wiele podejść i rozwiązań. Poszczególne etapy działania można dowolnie modyfikować i dopasowywać do danego produktu. Pomimo tego, że obecnie powstaje najwięcej start-upów w branży IT i tam najłatwiej jest użyć metody growth hacking to jest to także możliwe w niemalże każdej innej działalności. Zalety growth hackingu to przede wszystkim oszczędność i możliwość bieżącej kontroli wyników. Pozwala to na projektowanie działań bez konieczności posiadania dużego budżetu, a na także szybką reakcję w przypadku braku powodzenia przedsięwzięcia. Patrząc na tempo i liczbę powstawania nowych start-upów możemy śmiało stwierdzić, że metoda ta będzie wykorzystywana na coraz większą skalę i ma sporą szansę na szybki rozwój na polskim rynku. Zapotrzebowanie na pojawienie się takiej kwalifikacji dodatkowo potwierdzają opinie uzyskane od - 1 Connect Polska i 1 Connnect GmbH – software housy działające w Polsce i krajach DAH, zwracał się do firmy LEM Lab z prośbą o przygotowanej i realizację działań growth hackingowych, dzięki którym zwiększy się sprzedaż ich usług informatycznych na poszczególnych rynkach. Dla firm tych z powodzeniem zostały wdrożone takie działania. - PR MANAGER – magazyn drukowany dla specjalistów z branży public relations – w magazynie tym specjaliści LEM Lab publikowali treści edukacyjne z zakresu growth hackingu. Wydawca magazynu jest spółka FORUM MEDIA POLSKA. - WYŻSZA SZKOŁA BANKOWA WE WROCŁAWIU – specjaliści LEM Lab prowadzą zajęcia na studiach podyplomowych z zakresu public relations, gdzie m.in. poruszane są tematy związane z growth hackingiem. Ponadto dla jednego z projektów WSB LEM Lab opracowało strategię GH w zakresie pozyskiwania użytkowników do projektu, która zakończyła się powodzeniem. - PHARM SUPPLY Polska sp. z o.o. – część Pharm Supply Thea Ag – producent i dystrybutor leków i produktów OTC związanych z zespołem suchego oka. Dla tego klienta LEM Lab realizuje od 6 lat działania growth hackingowe związane z edukacją, promocją i projektem „OKO Biurowe”. - FUNDACJA LIGA NIEZWYKŁYCH UMYŚŁÓW – działająca w obszarze edukacji. Dla fundacji zrealizowany został projekt growth hackingowy mający na celu pozyskanie sponsorów i darczyńców dla platformy eLearngowej związanej z nauką programowania.

Odniesienie do kwalifikacji o zbliżonym charakterze oraz wskazanie kwalifikacji ujętych w ZRK

zawierających wspólne zestawy efektów uczenia się*

nie dotyczy

Należy zaznaczyć poniższe pole jeśli dotyczy (pole wprowadzone od 1.09.2019 r.)



Kwalifikacja zawiera wspólne lub zbliżone zestawy efektów kształcenia z „dodatkowymi umiejętnościami zawodowymi” w zakresie wybranych zawodów szkolnictwa branżowego

[Dodatkowe umiejętności zawodowe](#)

Typowe możliwości wykorzystania kwalifikacji*

Uzyskaniem kwalifikacji będą zainteresowane osoby, które zajmują się marketingiem, sprzedażą, są odpowiedzialne za rozwój firmy i wzrosty wyników finansowych, zarządzający biznesem i osoby odpowiedzialne za jego rozwój. Szczególnie dotyczy to małych i średnich firm, gdzie nie ma sformalizowanych działów marketingu i sprzedaży. To samo dotyczy osób zajmujących się wolnymi zawodami (prawników, autorów książek, artystów, rzeźbiarzy, piosenkarzy etc); osób zajmujących się sprzedażą własnych kwalifikacji (autorzy kursów) i talentów (lekarze, piekarze, cukiernicy, fryzjerzy etc) Osoba posiadająca kwalifikację może: - samodzielnie rozwijać własną działalność gospodarczą oraz efektywniej i bezpieczniej poruszać się po rynku, - podjąć zatrudnienie w małej lub średniej firmie, gdzie ze względu na ograniczone możliwości nie buduje się wielkich zespołów marketingowych, - w dużych podmiotach, gdzie często ważne jest połączenie w ramach kilku działów, w tym marketingu ze sprzedażą. Może znaleźć zatrudnienie jako kontraktor, specjalista, freelancer. Stanowiska, jakie może zajmować osoba, która uzyskała kwalifikację, to: specjalista marketingu, menedżer marketingu, PR-owiec, przedstawiciel handlowy, kierownik sprzedaży, wszystkie w obszarze digital marketingu, e-commerce, stanowiska związane z analityką biznesu, brand manager, SEO specialist. GH może rozwijać działy firmy zajmujące się kompleksowo strategią i komunikacją marketingową, poszerzać swoją wiedzę o kolejne kompetencje, mając w perspektywie możliwość awansu nawet do zarządu firm i bycia odpowiedzialnym za segment generujący przede wszystkim przychody firmy.

Wymagania dotyczące walidacji i podmiotów przeprowadzających walidację*

1. Etap weryfikacji 1.1. Metody Weryfikacja efektów uczenia się wymaganych dla kwalifikacji jest przeprowadzana w dwóch częściach: teoretycznej i praktycznej. Warunkiem podejścia do części praktycznej jest zdanie części teoretycznej. Część teoretyczna (składająca się z części pisemnej i ustnej) polega na udzieleniu odpowiedzi na pytania sprawdzające umiejętności określone we wszystkich zestawach efektów uczenia się. W procesie walidacji biorą udział: – komisja weryfikacyjna; – konsultant walidacyjny(osoba która na prośbę walidowanego dokładnie wyjaśni cały proces walidacji), jeśli kandydat zwróci się o jego wsparcie; – w przypadku wybrania przez walidowanego metody analizy dowodów na etapie weryfikacji – doradca walidacyjny(osoba która doradzi jak zebrać materiały do analizy), którego wsparcie zapewnia instytucja. 1.2 Zasoby kadrowe Komisja walidacyjna składa się z minimum 2 członków, z których przynajmniej jeden spełnia poniższe wymagania: - co najmniej 3 lata na stanowiskach kierowniczych w działach marketingu lub agencjach marketingu, - udokumentowane 4 rekomendacje z firmami na podstawie współpracy w zakresie GH, - posiadanie dyplomów i/lub certyfikatów potwierdzających znajomość min. 3 narzędzi marketingowych lub umiejętności sprzedażowych lub kompetencji digital marketingu, - co najmniej 3 lata na stanowisku GH, - potwierdzone referencjami zrealizowane min. 2 kampanie PR, których wskaźnik AVE uzyskał co najmniej 150 000 zł, - potwierdzona referencjami minimum 1 półroczna kampania SEO, - 2 udokumentowane rekomendacje/nagrody za zrealizowaną kampanię, potwierdzone referencjami ze strony klienta,

Przekazanie kontaktów do firm - rekomendacje, dla których realizowano projekty. Certyfikaty(jeden z wymienionych) DimaQ, CMA, Google, studia podyplomowe kierunkowe, etc.

1.3. Sposób prowadzenia walidacji oraz warunki organizacyjne i techniczne niezbędne do prawidłowego przeprowadzania walidacji: - dostęp do internetu - użytkownik musi wyrazić zgodę na śledzenie swojej aktywności - musi mieć włączoną kamerę i wyrazić zgodę na weryfikację otoczenia - gdzie się znajduje - weryfikacja przestrzeni w jakiej się znajduje w trakcie wykonywania części teoretycznej (czy zadania wykonuje sam - pokazanie pokoju/biurka). Czas części praktycznej nie może być krótszy niż 2 tygodnie.(czas w którym walidowany będzie wykonywał część praktyczną - przeprowadzał działania GH - walidacja w czasie rzeczywistym na prawdziwym obiekcie - w trakcie walidacji walidowany proponuje rozwiązania dla konkretnego odbiorcy) i nie dłuższy niż 4 tygodnie.; Zadaniem walidowanego jest codzienne zbieranie informacji, natomiast raz w tygodniu będzie zdawał relację z postępów swoich działań komisji. Część praktyczną walidowany będzie wykonywał przy użyciu swojego sprzętu. Czas części teoretycznej nie może trwać dłużej niż 90 min .

Propozycja odniesienia do poziomu sektorowych ram kwalifikacji (o ile dotyczy)

nie dotyczy

Syntetyczna charakterystyka efektów uczenia się*

Osoba posiadająca kwalifikację w zakresie growth hackingu potrafi: Wiedza - zna narzędzia Google Analytics, Brand24, Buzzsumo, Screamingfrog, Excel, - zna narzędzia Senuto, Google Ads, FaceAds, Press Service lub im podobne w przypadku konieczności zamiany wybranego narzędzia, gdy to staje się nieaktywne, - zna w stopniu podstawowym programy i aplikacje graficzne Canva, Photopea, Adobe Photoshop, Adobe Premiere. Umiejętności - analizuje dane i przetwarza informacje, - buduje odpowiednie hipotezy oraz wnioski na podstawie zebranych informacji, - tworzy kreatywne rozwiązania, - odróżnia fakty od opinii, - myśli logicznie. Kompetencje społeczne - przewiduje konsekwencje podjętych decyzji, - rozpoznaje uczucia, emocje i potrzeby innych osób, - osoba posiadająca kwalifikację GH aktualizuje swoją wiedzę w zakresie nowych technologii oraz technik związanych z gh, - osoba posiadająca kwalifikację GH samodzielnie decyduje o strategii i narzędziach, jakie są potrzebne do jej wdrożenia, - posiadanie kwalifikacji na tym poziomie pozwala zarówno na wykorzystywanie istniejących metod i wzorców, jak i na poszukiwanie i wprowadzanie własnych rozwiązań.

Zestawy efektów uczenia się

Numer zestawu w kwalifikacji*

1

Nazwa zestawu*

Komunikowanie się z klientem

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

20

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Przeprowadza wywiad z klientem przed wykonaniem usługi

Kryteria weryfikacji*

- interpretuje mowę ciała w komunikacji z klientem, - zachowuje się swobodnie w trakcie komunikacji z klientem, - stosuje techniki aktywnego słuchania w rozmowie z klientem.

Efekt uczenia się

Stosuje aktywną komunikację z klientem

Kryteria weryfikacji*

- stosuje zasady komunikacji interpersonalnej, - stosuje aktywne metody słuchania, - posługuje się parafrazą, - stosuje techniki radzenia sobie z obiekcjami klienta, - stosuje formy grzecznościowe w mowie i piśmie, - analizuje problemy i bariery wynikające z komunikacji z klientem, - identyfikuje bariery komunikacyjne w dialogu z klientem, - identyfikuje swoje słabe i mocne strony w obszarze komunikacji interpersonalnej, - doskonali umiejętności komunikacyjne, w tym w zakresie komunikacji on-line.

Numer zestawu w kwalifikacji*

2

Nazwa zestawu*

Przeprowadzanie konsultacji przed przystąpieniem do wykonania usługi

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

10

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Dokonuje analizy po przeprowadzonej konsultacji

Kryteria weryfikacji*

- upewnia się, czy produkt ma potencjał skalowalności, - weryfikuje na podstawie wywiadów, opinii, trendów potencjał produktu, usługi, osoby.

Efekt uczenia się

Przeprowadza konsultację z klientem wspierającą wykonanie usługi odpowiadającej jego oczekiwaniom

Kryteria weryfikacji*

- charakteryzuje oczekiwania klienta, - komunikuje się z klientem w trakcie powitania klienta, - komunikuje się z klientem przeprowadzając konsultację - diagnozę oczekiwań i potrzeb klienta, - buduje hipotezy i wyciąga wnioski na podstawie zebranych informacji.

Numer zestawu w kwalifikacji*

3

Nazwa zestawu*

Budowanie strategii growth hackingu

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

40

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Przeprowadza analizę potencjału klienta

Kryteria weryfikacji*

- wskazuje cechy idealnego profilu użytkownika, wiek i płeć, - analizuje lokalizację klienta, - sprawdza, jakie są zainteresowania i zachowania zakupowe klienta, - sprawdza, czy produkty lub usługi pasują do niszy klienta, - konstruuje scenariusze dotarcia do klienta, które można weryfikować pod względem efektywności.

Numer zestawu w kwalifikacji*

4

Nazwa zestawu*

Opracowanie koncepcji wzrostu

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

60

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Dokonuje wyboru koncepcji do potencjału klienta

Kryteria weryfikacji*

- wybiera optymalny kanał i narzędzie do realizacji testów wzrostu, - wybiera narzędzia i miejsca, w których można rekrutować potencjalnych użytkowników do testów, - opracowuje koncepty na zaproszenie, - opracowuje alternatywny scenariusz, - przygotowuje konkretny plan działania i rekrutuje osoby do jego realizacji, - opracowuje arkusz MBO umożliwiający weryfikację osiągniętych celów.

Numer zestawu w kwalifikacji*

5

Nazwa zestawu*

Operacjonalizacja - wybór narzędzi potrzebnych do wdrożenia strategii

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

80

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Charakteryzuje narzędzia które można wykorzystać w przypadku wdrażania strategii

Kryteria weryfikacji*

- angażuje wpływowe osoby w mediach społecznościowych, - komentuje ich posty, udostępnia aktualizacje i cytuje je na swoim własnym blogu, - wykorzystuje potencjał i zasięg potencjalnego podmiotu wpływającego, - identyfikuje z których platform społecznościowych najczęściej korzystają, - potwierdza, czy influencer, który pasuje do działań, ma znaczną liczbę obserwujących w mediach społecznościowych, - analizuje konkurencję i ustala ceny

produktów zgodnie ze standardami branżowymi, - ustala priorytety, włączając programy rabatowe i inne rabaty na produkty i usługi.

Efekt uczenia się

Dokonuje wyboru narzędzi do hakowania wzrostu

Kryteria weryfikacji*

- charakteryzuje narzędzia do hakowania wzrostu, - stosuje narzędzia takie jak Optimizely for A / B Testing, MailChimp do kampanii e-mail marketingowych, HubSpot/Pimpdrive do CRM, Wordpress do budowy stron WWW, - wybiera dostawcę hostingowe na podstawie określonych parametrów wymaganego serwera, - analizuje potrzeby w zakresie social media korzystając z Brand24, Buzzsumo Senuto Screamingfrog - dobiera kanały społecznościowe, - identyfikuje narzędzia do sprzedaży i określania celów marketingowych takie jak Google Analytics FaceAds Brand24, CRM online; automating emailing, - stosuje narzędzia do automatyzacji przepływów pracy jak MS Teams GoogleMeet, Slack; Zoom; Clickmeeting itp.

Efekt uczenia się

Przewiduje konsekwencje podjętych decyzji

Kryteria weryfikacji*

- upewnia się czy jego wiedza jest aktualna, - upewnia się czy narzędzia z których korzysta są aktualne, - analizuje swoje działania.

Numer zestawu w kwalifikacji*

6

Nazwa zestawu*

Przeprowadzenie testu opracowanego narzędzia / stworzonej strategii

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

100

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Wykonuje testy stworzonej strategii

Kryteria weryfikacji*

- aktywnie rekrutuje użytkowników do testów, - śledzi zasięgi (do ilu osób dociera jego

strategia), - analizuje pozyskiwanie (śledzi liczbę osób odwiedzających monitorowaną witrynę), - określa wymiar aktywizacji, - śledzi wskaźnik retencji, obserwując, ile osób wraca, aby skorzystać z usługi (po 3, 4, 5, a nawet po 10 raz), - zapoznaje się ze scenariuszem przychodów, porównując liczbę osób, które zaczęły płacić, i kwoty, które płacą, - poznaje wskaźnik sukcesu poleceń, obserwując, ilu klientów poleca swoich znajomych do firmy, - śledzi swoich potencjalnych klientów za pomocą narzędzi, takich jak Zoho Lead Management System, Quick Base i Sales Force, - monitoruje konkurencję, - wprowadzają nowe taktyki generowania leadów, aby mieć nad nimi przewagę, - kieruje się kryteriami jakościowymi, a nie na ilościowymi produktów i usług.

Numer zestawu w kwalifikacji*

7

Nazwa zestawu*

Wyciągnięcie wniosków z przeprowadzonych działań

Poziom PRK*

5

Orientacyjny nakład pracy [godz.]*

120

Rodzaj zestawu

obowiązkowy

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia*

Poszczególne efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia

Efekt uczenia się

Dokonuje końcowej analizy przeprowadzonego procesu

Kryteria weryfikacji*

- przygotowuje rekomendacje na podstawie analizy danych z Google Analytics, - tworzy segmenty użytkowników z największym potencjałem sprzedażowym, - analizuje dane z monitoringu mediów społecznościowych z narzędzi Brand24, - analizuje najbardziej aktywnych użytkowników względem marki, - dobiera możliwości zaangażowania, - wprowadza nowe rozwiązania do funkcjonowania firmy, - monitoruje efekty swoich działań.

Informacje o instytucjach uprawnionych do nadawania kwalifikacji

Wnioskodawca*

LEM LABS SP. Z O.O.

Minister właściwy*

Minister Rozwoju, Pracy i Technologii (do 12.08.2021)

Okres ważności dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji i warunki przedłużenia jego ważności*

Certyfikat zachowuje ważność przez 2 lata od daty jego wydania. Na trzy miesiące przed upływem ważności certyfikatu, w celu przedłużenia jego ważności o kolejne 2, wymagane jest udokumentowane potwierdzenie prowadzenia działalności zawodowej co najmniej rok w zakresie wyodrębnionych wymaganych dla kwalifikacji zestawów efektów uczenia się. W przypadku utraty ważności certyfikatu możliwe jest jego odnowienie pod warunkiem ponownego przystąpienia do walidacji.

Nazwa dokumentu potwierdzającego nadanie kwalifikacji*

Certyfikat

Uprawnienia związane z posiadaniem kwalifikacji*

nie dotyczy

Kod dziedziny kształcenia*

340 - Zarządzanie i marketing

Kod PKD*

Kod	Nazwa
85.59	Pozaszkolne formy edukacji, gdzie indziej niesklasyfikowane

Status

Dokumenty

#	Tytuł dokumentu
1	Opłata za złożenie wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej
2	ZRK_FKU_GH
3	ZRK_FKU_GH



Oświadczam, że dane zawarte we wniosku o włączenie kwalifikacji rynkowej do Zintegrowanego Systemu Kwalifikacji są zgodne z prawdą. Jestem świadomy odpowiedzialności karnej za złożenie fałszywego oświadczenia.*

Dane o podmiocie, który złożył wniosek

LEM LABS SP. Z O.O.

Siedziba i adres: Jana Kurczaba 12/28, 30-868 KRAKÓW

NIP: 6793173306

REGON: 381084289

Numer KRS: 0000745443

Reprezentacja: WOJCIECH MAJERAN

Adres elektroniczny osoby wnoszącej wniosek: wojciech@lemlab.pl

