

KONFERENCJA ONLINE

# Promocja Produktu Online

WORKBOOK

Ola Gościńskiak





## Nazywam się Ola Gościński

Od 2012 roku jestem przedsiębiorczynią. Z powodzeniem zarządzam biznesem, który osiąga sześciocyfrowe roczne przychody. Witaj w workbooku konferencji Promocja Produktu Online. Dowiesz się z niego, jak wypromować swoje produkty i usługi w Internecie.

Do dzieła!

*Ola Gościński*



# KONFERENCJA

## Kwestie organizacyjne

Konferencja trwa w dniach 13-15 czerwca 2023 roku.

Uczestnicz online na żywo – przewidziałam szereg aktywności, które pomogą Ci w rozwinięciu dochodowego biznesu online.

1. Ruszamy o godzinie 9:00. Dołącz kilka minut wcześniej, aby przetestować, czy wszystko działa.
2. Aby dołączyć do konferencji, zaloguj się do panelu klienta: [olag.pl/mojekonto](https://olag.pl/mojekonto), a następnie w dziale „Pliki do pobrania” znajdziesz dostęp do konferencji.
3. Tu znajdziesz linki do konferencji (po zalogowaniu):
  - DZIEŃ 1 – [olag.pl/dzien1](https://olag.pl/dzien1)
  - DZIEŃ 2 – [olag.pl/dzien2](https://olag.pl/dzien2)
  - DZIEŃ 3 – [olag.pl/dzien3](https://olag.pl/dzien3)
4. Certyfikat wygenerujesz na samym dole strony.
5. Bonusy od prelegentów i partnerów znajdziesz pod powyższymi linkami, w dniu, w którym występują te osoby.
6. Jeśli chcesz korzystać z czatu w pokoju konferencyjnym, konieczne jest konto w Google (korzystamy z czatu na YT).
7. Jeśli z jakichkolwiek przyczyn nie działa czat, to możesz angażować się też na Discordzie dla uczestników konferencji. Znajdziesz go tutaj: <http://olag.pl/discord-konfy>
8. W czasie konferencji w dniu 14.06.2023 (w środę) o 9:15 rozpocznie się nabór do Interaktywnej Paczki. Liczba miejsc w Paczce jest ograniczona, szczegóły tutaj: [olag.pl/paczka](https://olag.pl/paczka)

# ROZSYPANKA

ZNAJDŹ UKRYTE SŁOWA PODCZAS ZAPOWIEDZI  
PRELEAGENTÓW I ODBIERZ PREZENT!

Wpisz poniżej odnalezione słowa:

1

---

2

---

3

---

4

---

5

---

6

---

7

---

8

---

9

---

PEŁNY CYTAT TO:

## JAK ODEBRAĆ PREZENT?

Wpisz ten cytat w Google, znajdź nazwisko osoby, która go powiedziała. Następnie wejdź na stronę: [olag.pl/zabawa](http://olag.pl/zabawa) i podaj je jako hasło (małymi literami).

# OCZEKIWANIA

CO CHCESZ OSIĄGNAĆ W CZASIE KONFERENCJI

WYPISZ SWOJE OCZEKIWANIA WZGLĘDEM KONFERENCJI:

■	_____	■	_____
■	_____	■	_____
■	_____	■	_____
■	_____	■	_____
■	_____	■	_____

JAK MOŻNA ZASPOKOIĆ TE OCZEKIWANIA?

---

---

---

---

---

---

---

---

---

---

# PYTANIA

O CO CHCESZ ZAPYTAĆ PRELEAGENTKI I PRELEAGENTÓW?

Wypisz pytania, które chodzą Ci po głowie  
i nie chcesz o nich zapomnieć:

- 1 \_\_\_\_\_
- 2 \_\_\_\_\_
- 3 \_\_\_\_\_
- 4 \_\_\_\_\_
- 5 \_\_\_\_\_
- 6 \_\_\_\_\_
- 7 \_\_\_\_\_
- 8 \_\_\_\_\_
- 9 \_\_\_\_\_
- 10 \_\_\_\_\_
- 11 \_\_\_\_\_
- 12 \_\_\_\_\_
- 13 \_\_\_\_\_
- 14 \_\_\_\_\_



KONFERENCYJNY

# Konkurs

NIE PRZEGAP!

Wrzuć post z #jesteminteraktywna  
w swoich social mediach i opowiedz  
o konferencji!

**NAJCIEKAWSZE ROSTY WYGRYWAJĄ  
INSTAXA, KURS OD FOTO DO KWADRATU  
I INNE ATRAKCYJNE NAGRODY.**

Szczegóły na stronie konferencji

KONFERENCJA ONLINE

# Promocja Produktu Online

CONTENT MARKETING

Dzień 1



# AGENDA

## Dzień 1

### 9:00 Ola Gościński - Treści, które pracują za nas i dla nas

Joanna Anger - Jak zaplanować i sprzedać e-booka w miesiąc

Weronika Kutarba-Kruk - Jak zarabiać na nauczaniu online?

Panel - Jak sprzedawać słowem?

Krzysztof Bartnik - Ścieżka uruchamiania nowego produktu

Magda Werewka - Jak się odważyć zaistnieć w świecie SM

Kacper Kobyłka - Dlaczego poznanie odbiorcy to fundament?

Panel - Skąd czerpać siłę i wsparcie w biznesie online?

Ewa Popielarz - 10 typów postów i rolek, które przyciągną uwagę

Janina Bąk - Opracowanie badania i raportu do promocji

Natalia Mikołajek - Notatki wizualne jako narzędzie

Magdalena Pawłowska - Jak nagradzać efekty kursantów?

Małgorzata Ewa Kachel - Jak wykorzystać AI do tworzenia treści

Burza mózgów - Sprzedaż i promocja e-booków online

Konkurs

# OLA GOŚCINIAK

Treści, które pracują za nas i dla nas

**#1**

Jakie palące problemy mają Twoi odbiorcy, w których możesz im pomóc? Wypisz minimum 5 problemów:

**#2**

Uzereguj powyższe problemy według stopnia zaawansowania w Twojej tematyce w skali 1-5.

**#3**

Na jakich etapach zaawansowania są klienci, którzy zazwyczaj do Ciebie przychodzą? Wymyśl treści dla nich:

# JOANNA ANGER

Jak skutecznie zaplanować i sprzedać e-booka w miesiąc

**#1**

Rozpisz poniżej pomysł i plan działań realizacji swojego następnego produktu online np. e-booka.

# WERONIKA KUTARBA-KRUK

Jak zarabiać na nauczaniu online? Moja strategia:  
od korepetytorki do szczęśliwej właścicielki firmy.

**#1** Czym jest konkurencja dla biznesu online?

**#2** Dlaczego boisz się sprzedawać swoją wiedzę?

**#3** Co zyskasz, jeśli przeniesiesz swój biznes do świata online?

# ROZMOWA

## Jak sprzedawać słowem?

Agata Borowska, Sylwia Rospondek, Klaudyna Maciąg

**#1** Jak możesz ponownie wykorzystać opinie, które dostajesz od swoich klientów?

**#2** W jaki sposób wykorzystasz limitowanie oferty w sprzedaży swojego produktu online?

**#3** Wypisz 3 przykłady, co możesz ograniczyć w swojej ofercie, żeby zwiększyć sprzedaż?

# KRZYSZTOF BARTNIK

## Ścieżka uruchamiania nowego produktu, która działa - krok po kroku

### #1

Jaki bonus możesz oferować za zapis do listy odbiorców dotyczącej Twojego produktu? Czym najbardziej zachęcisz do podania swoich danych kontaktowych?

### #2

Zaplanuj wstępne tematy i treść trzech wydań newsletterów. Pamiętaj, że są zainteresowani powstającym produktem!

### #3

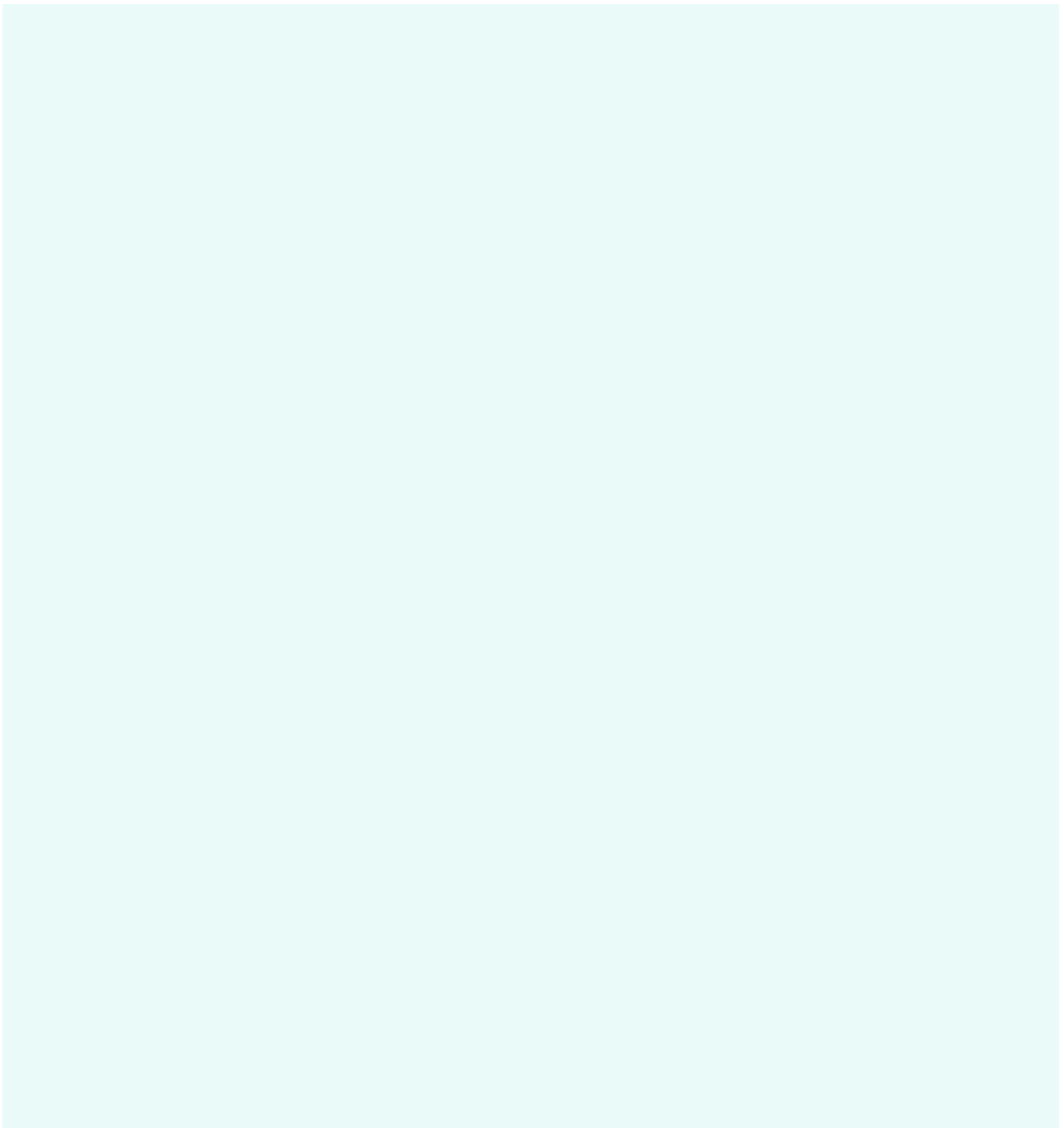
W jaki sposób zachęcisz ludzi do sprawdzenia Twojej strony zapowiadającej Twój nadchodzący produkt. Ile i jakie komunikaty planujesz? W jakich miejscach je opublikujesz?

# MAGDA WEREWKA

Jak się odważyć zaistnieć w świecie social mediów  
niezależnie od wieku

**#1**

Kiedy czujesz, że brakuje Ci odwagi do publikacji w social mediach? Dlaczego tak się dzieje? Co możesz zmienić?



# KACPER KOBYŁKA

Dlaczego poznanie swojego odbiorcy to fundament tworzenia treści?

**#1** Podaj 3 sposoby na poznanie palącego problemu Twojego odbiorcy.

**#2** Jakie są dwa podejścia w definiowaniu swojej grupy docelowej?

**#3** Dlaczego feedback od klienta to najistotniejsza informacja w biznesie?



# PANEL DYSKUSYJNY

Skąd czerpać siłę i wsparcie w biznesie online?

**#1**

Wypisz pomysły, gdzie możesz szukać wsparcia w biznesie online. Jak Ty możesz innym przekazywać wsparcie?

## INTERAKTYWNA PACZKA

14 czerwca o 9:15 rozpoczyna się nabór!  
Liczba miejsc ograniczona! Nie przegap!

Kliknij i sprawdź: [olag.pl/paczka](https://olag.pl/paczka)

# EWA POPIELARZ

10 typów postów i rolek, które przyciągną uwagę do Twojej oferty.

**#1** Przejrzyj na swoim telefonie zdjęcia i filmiki z ostatniego miesiąca. Które z nich możesz wykorzystać do promocji swojego produktu?

**#2** Jakie nowe narzędzie do tworzenia contentu wypróbujesz w tym tygodniu?

**#3** Jaki jest najpowszechniejszy mit, który wstrzymuje ludzi przed zakupem Twojego produktu? Jak go obalisz?

# JANINA BAŃ

## Opracowanie badania i przygotowanie raportu do promocji produktów online

**#1**

Na jaki temat możesz przygotować badanie w swoim biznesie?  
Jaki realny problem swoich odbiorców zbadasz?

# NATALIA MIKOŁAJEK

## Notatki wizualne jako narzędzie wspierające

**#1** Jakie masz doświadczenia i przekonania związane ze swoimi umiejętnościami rysowania? Wypisz, co przychodzi Ci do głowy.

**#2** Jakie umiejętności, które posiadasz, mogą wesprzeć Cię w nauce tworzenia notatek wizualnych?

**#3** W jakich obszarach swoich działań możesz wykorzystać notatki wizualne? Co dzięki nim możesz uzyskać?

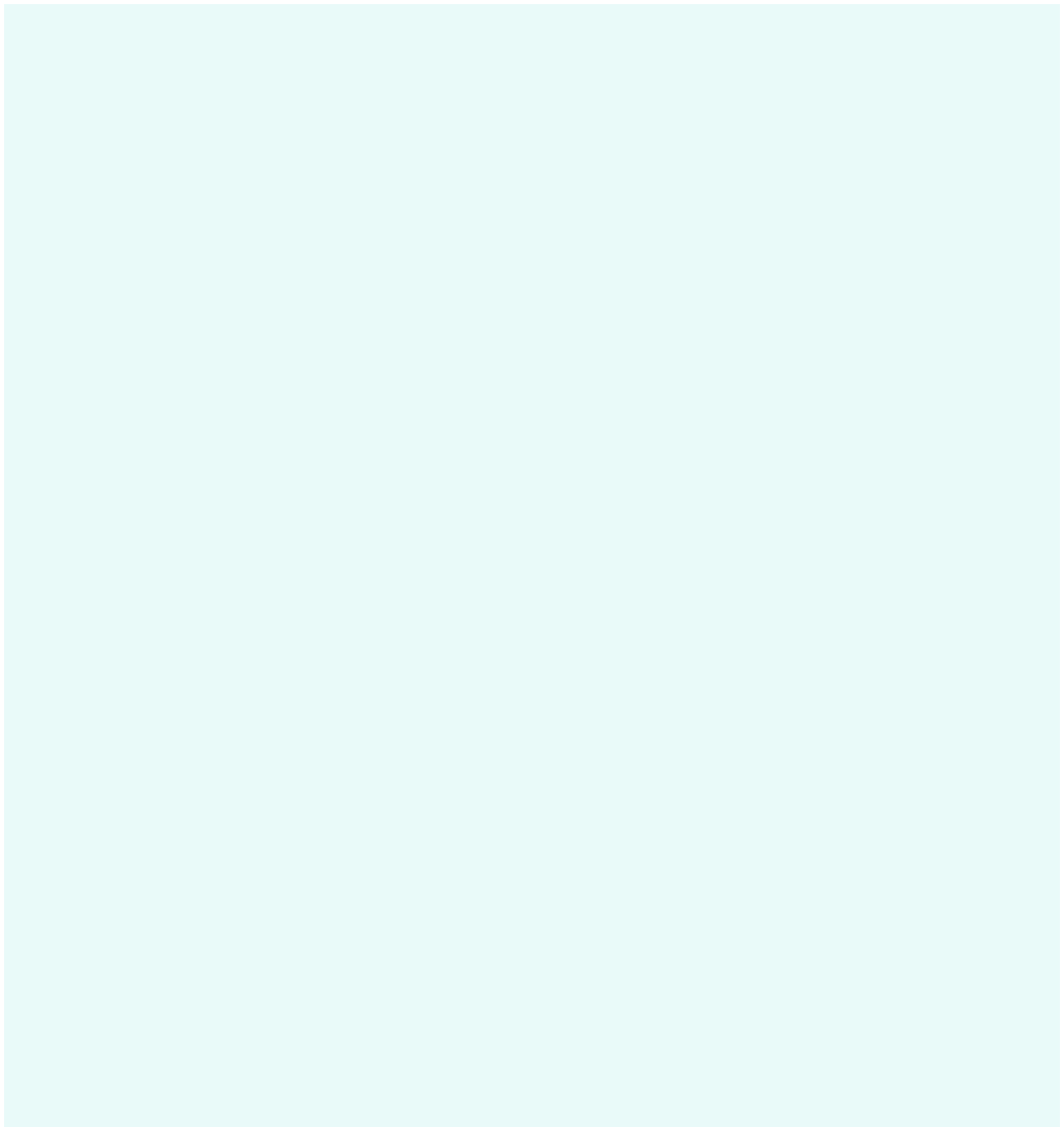
# MAGDALENA PAWŁOWSKA

## Jak nagradzać efekty kursantów?

**#1**

Jakie efekty klientów możesz nagradzać?

Jak będziesz nagradzać efekty swoich klientów?

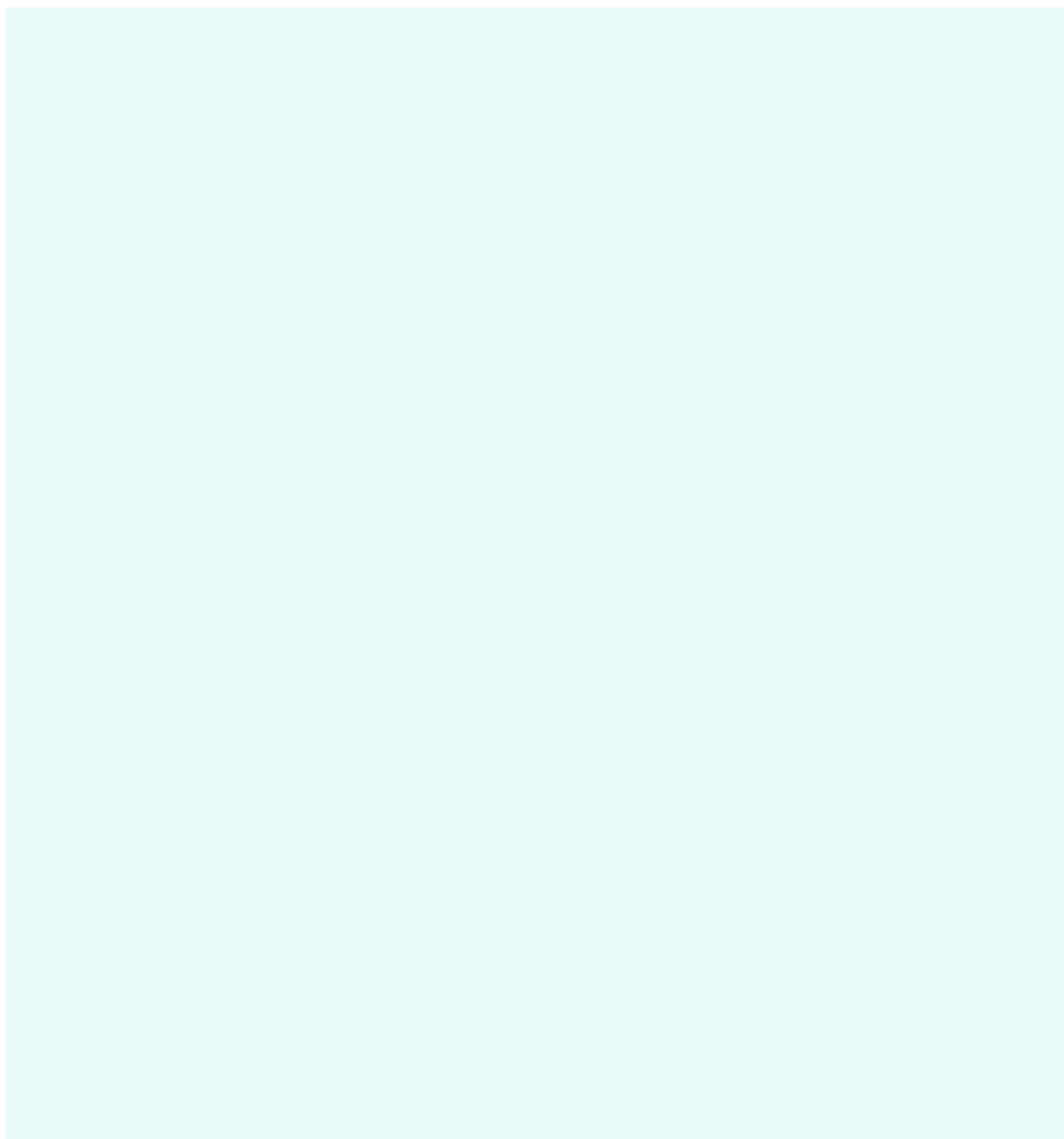


# MAŁGORZATA EWA KACHEL

Jak wykorzystać AI do tworzenia skutecznych treści na SM

**#1**

Jak możesz przełożyć wiedzę z prezentacji Małgorzaty do swojego biznesu? Zapisz pomysły i konkretne kroki:

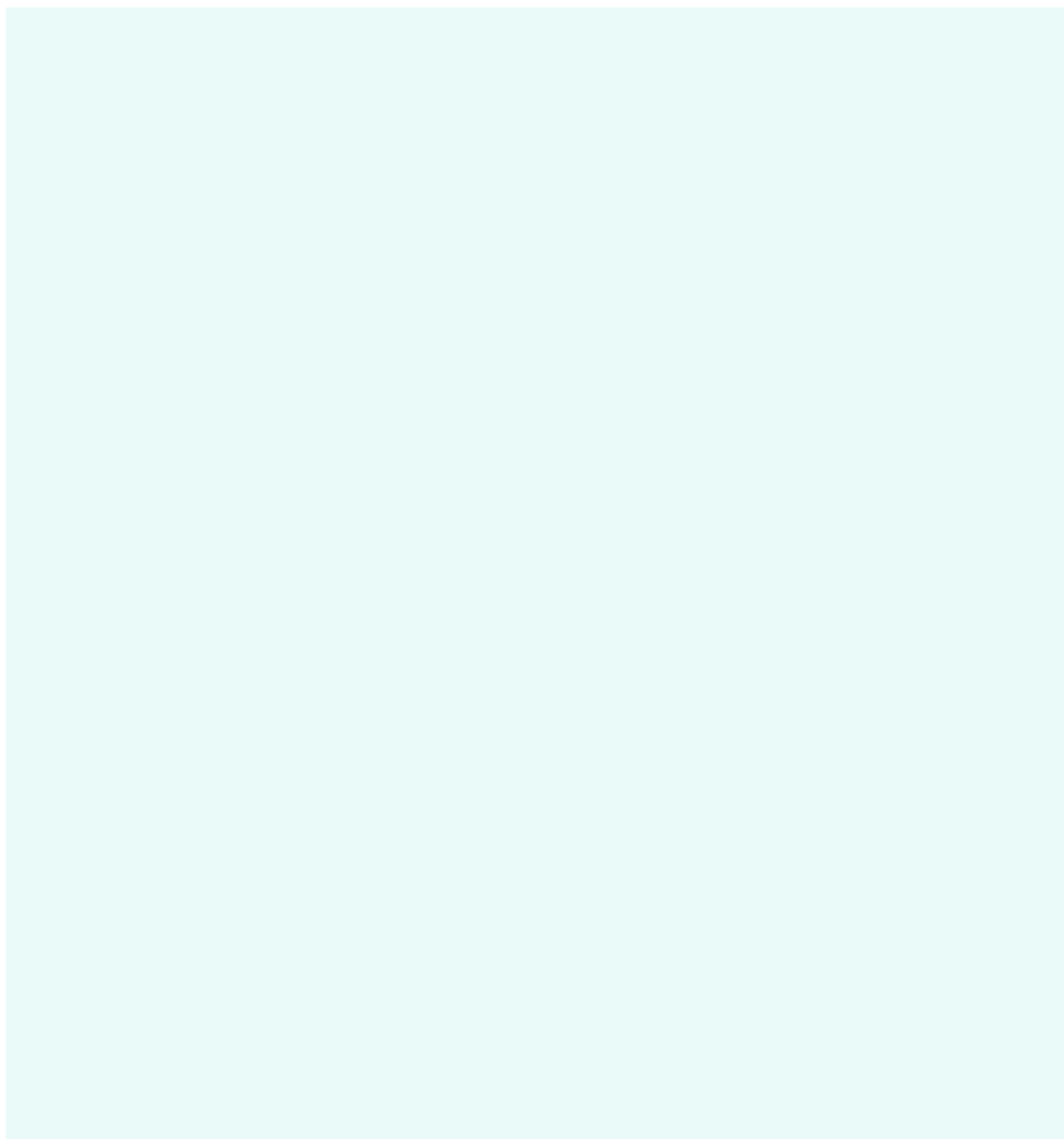


# BURZA MÓZGÓW

Sprzedaż i promocja e-booków online

**#1**

Wypisz pomysły na sprzedaż i promocję swoich produktów online na podstawie pomysłów z panelu dyskusyjnego.



KONFERENCJA ONLINE

# Promocja Produktu Online

SOCIAL MEDIA

Dzień 2



# AGENDA

## Dzień 2

**9:00 Ola Gościński - Społeczność wokół marki -**

**9:15 UWAGA! START NABORU DO PACZKI: [olag.pl/paczka](https://olag.pl/paczka)**

Rozmowa - Misja Wizja Wartości i Siostrzeństwo

Margarita Vradii - Dlaczego TikTok wart jest Twojej uwagi?

Iza Makosz - Mój produkt online sprzedany tylko z rolek

Weronika Modzelewska - 5 skutecznych sposobów na promocję

Paweł Pawlak - Boisz się sprzedawać?

Bartosz Bartczak - Jak, nie wydając fortuny, nagrywać wideo

Burza mózgów - Wizerunek marki w social mediach?

Agata Jakuszko - TikTok odczarowany - case study 200k

Marta Manterys - Wpływ przekonań na sukces w biznesie

Natalia Sheveleva - REELS - nie działają?

Beata Wierzchowska - 5 kroków do efektywnych kampanii na Insta

Marcin Osman - Twoje pierwsze 100 zamówień?

Panel - Instagram, TikTok, Blog, LinkedIn czy YT?

Konkurs

# OLA GOŚCINIAK

Społeczność wokół marki - case study Interaktywnej Paczki

**#1** Dookoła jakiego hasła/jakiej nazwy stworzysz swoją społeczność?

**#2** Na jakich wartościach będziesz bazować?  
Jak zaopiekujesz się w społeczności tymi wartościami?

## INTERAKTYWNA PACZKA

14 czerwca o 9:15 rozpoczyna się nabór!  
Liczba miejsc ograniczona! Nie przegap!

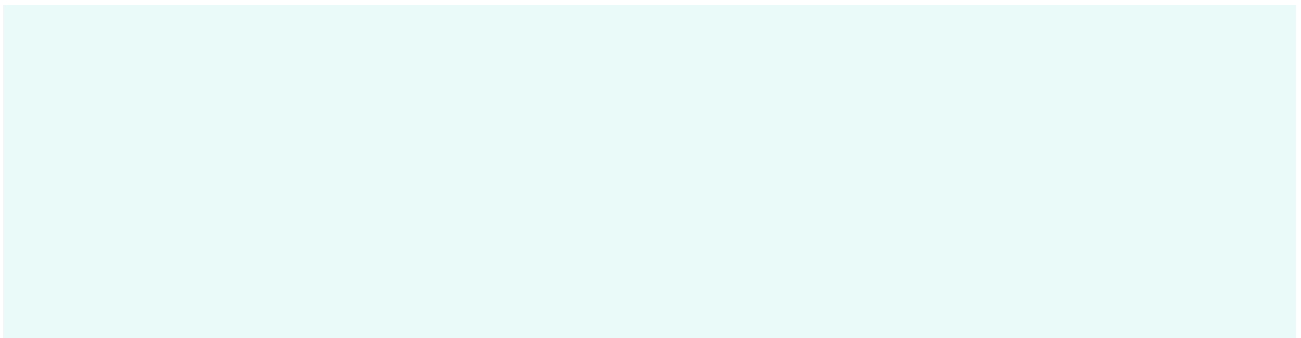
Kliknij i sprawdź: [olag.pl/paczka](https://olag.pl/paczka)

# ROZMOWA

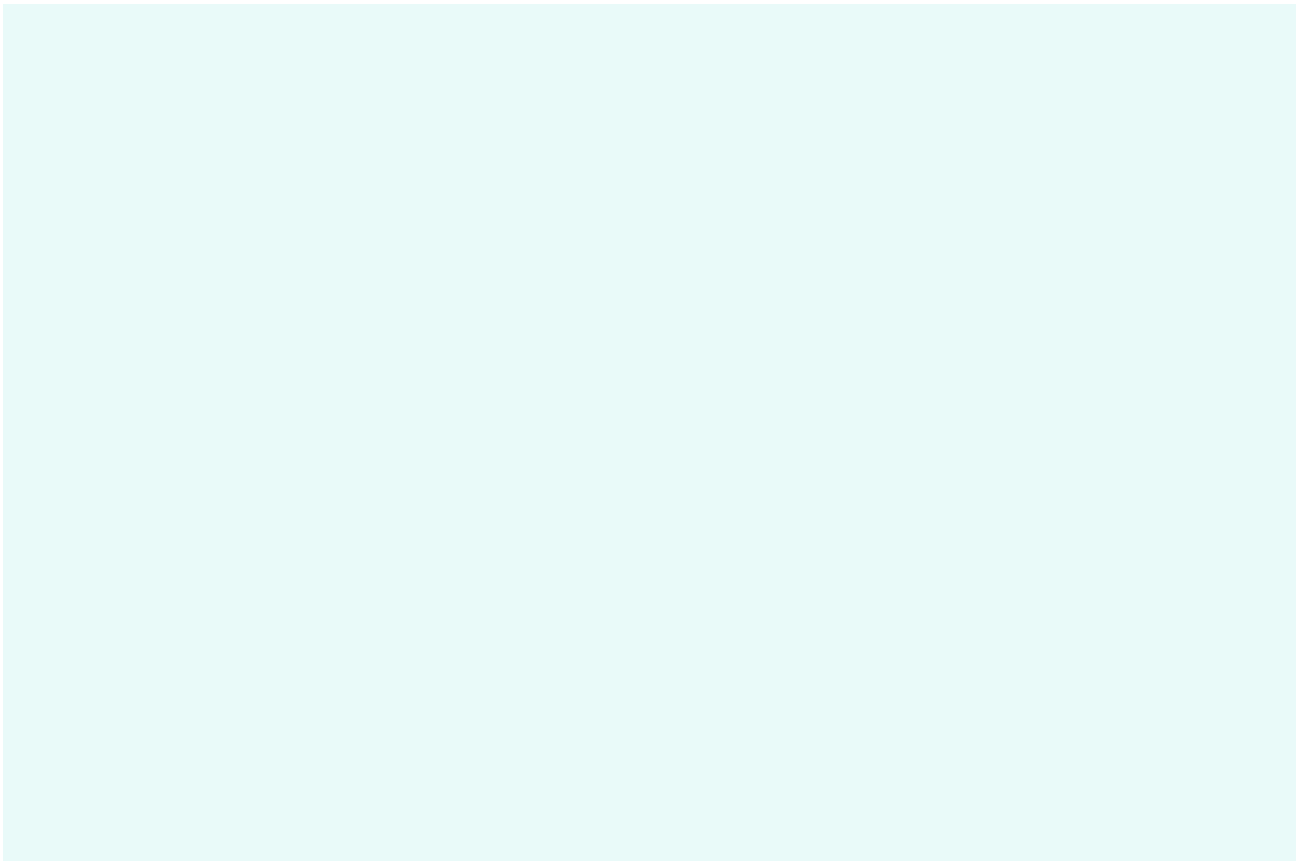
Misja Wizja Wartości i Siostrzeństwo

Kasia Wilk, Joanna Gacek-Sroka

**#1** Jakie piękne przykłady siostrzeństwa zaobserwowałaś ostatnio?



**#2** Jak możesz wprowadzić siostrzeństwo do swojego biznesu?



# MARGARITA VRADII

Dlaczego TikTok wart jest Twojej uwagi?

**#1** Jak uważasz czy na TikToku są same dzieci?  
Kto przebywa na tej platformie?

**#2** Jak myślisz, co jest łatwiejsze w prowadzeniu: Instagram czy TikTok? Dlaczego?

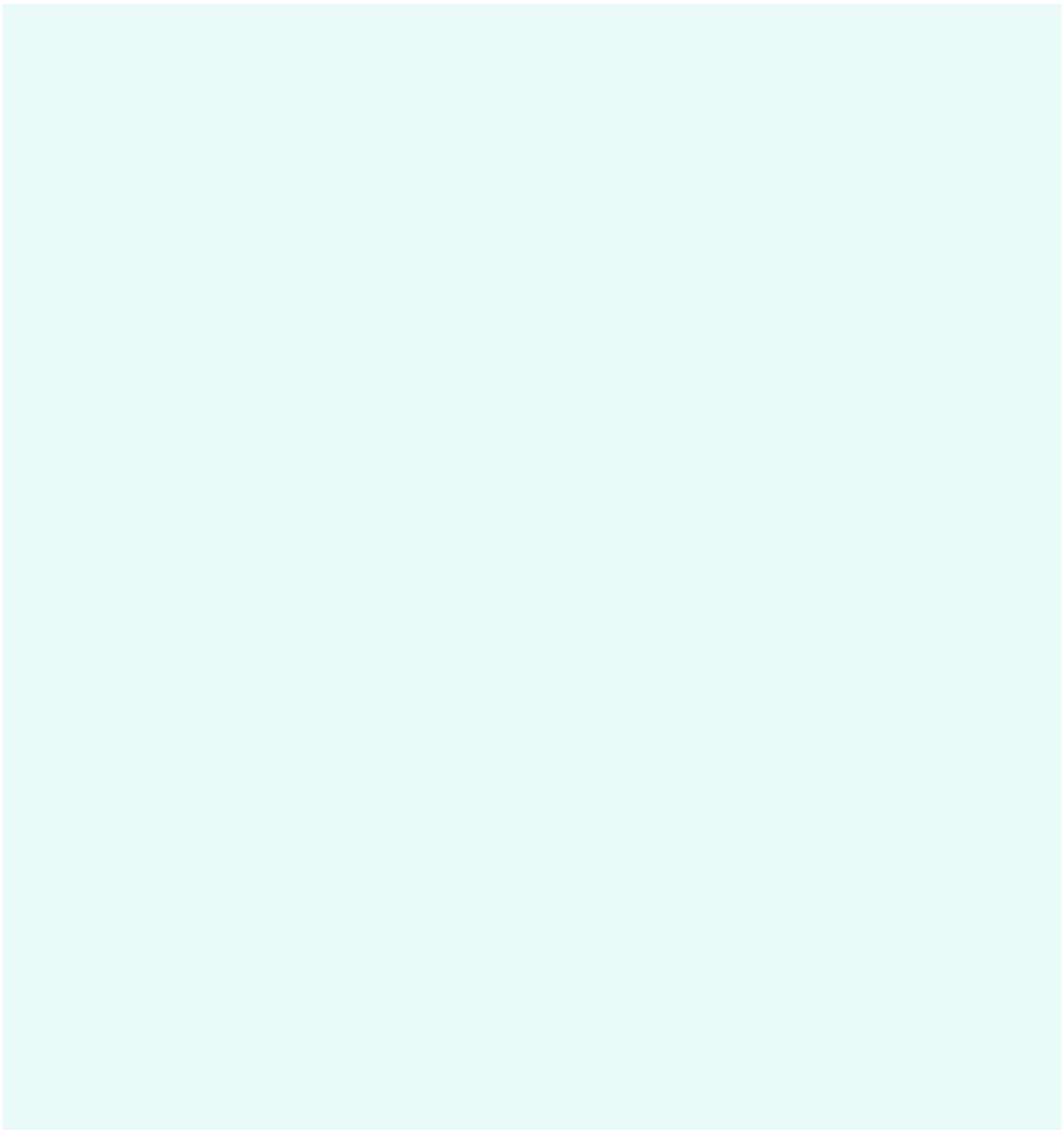
**#3** Jak możesz wykorzystać TikToka w swoim biznesie?

# IZA MAKOSZ

Mój produkt online sprzedany tylko z rolek.

**#1**

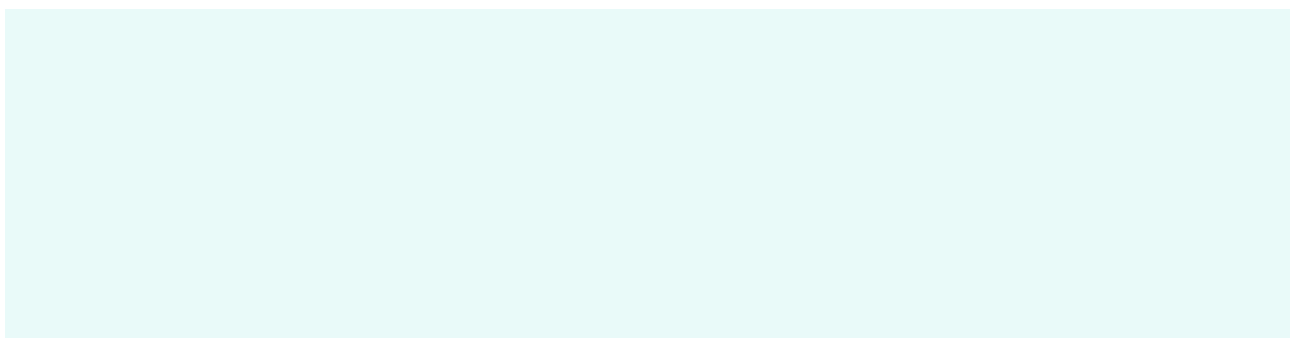
Jakie działania promocyjne wspomniane przez Izę zastosujesz u siebie? Co możesz przełożyć na swoją następną kampanię?



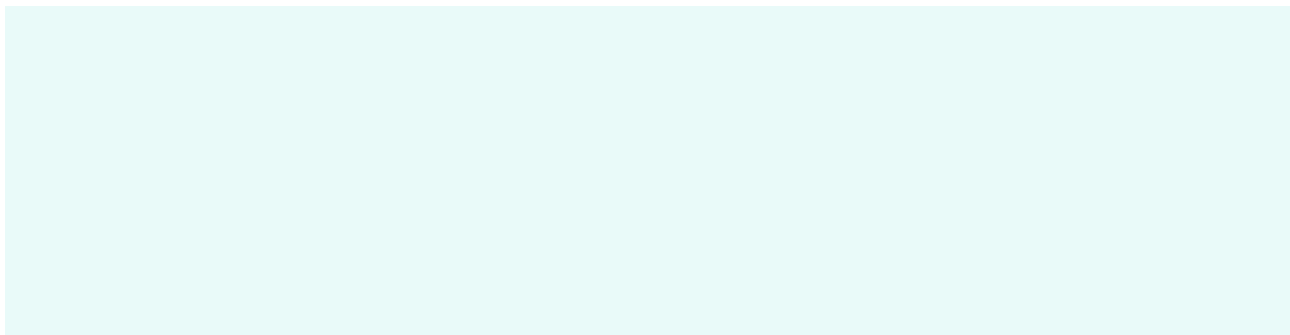
# WERONIKA MODZELEWSKA

## 5 skutecznych sposobów na promocję Twojego produktu

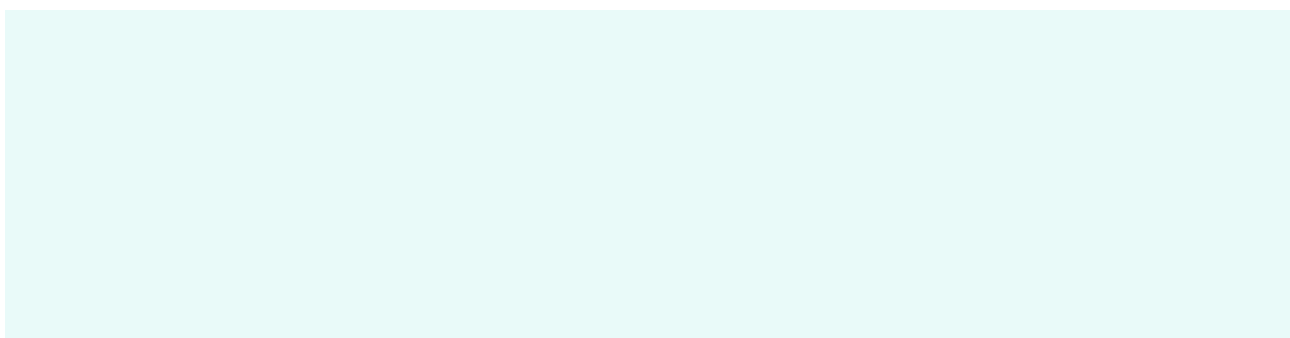
**#1** Jak wybrać odpowiedni kanał do promocji swoich produktów w social mediach?



**#2** Dlaczego warto wykorzystywać wideo do promocji swoich produktów?



**#3** Czy są crossy z innymi twórcami?



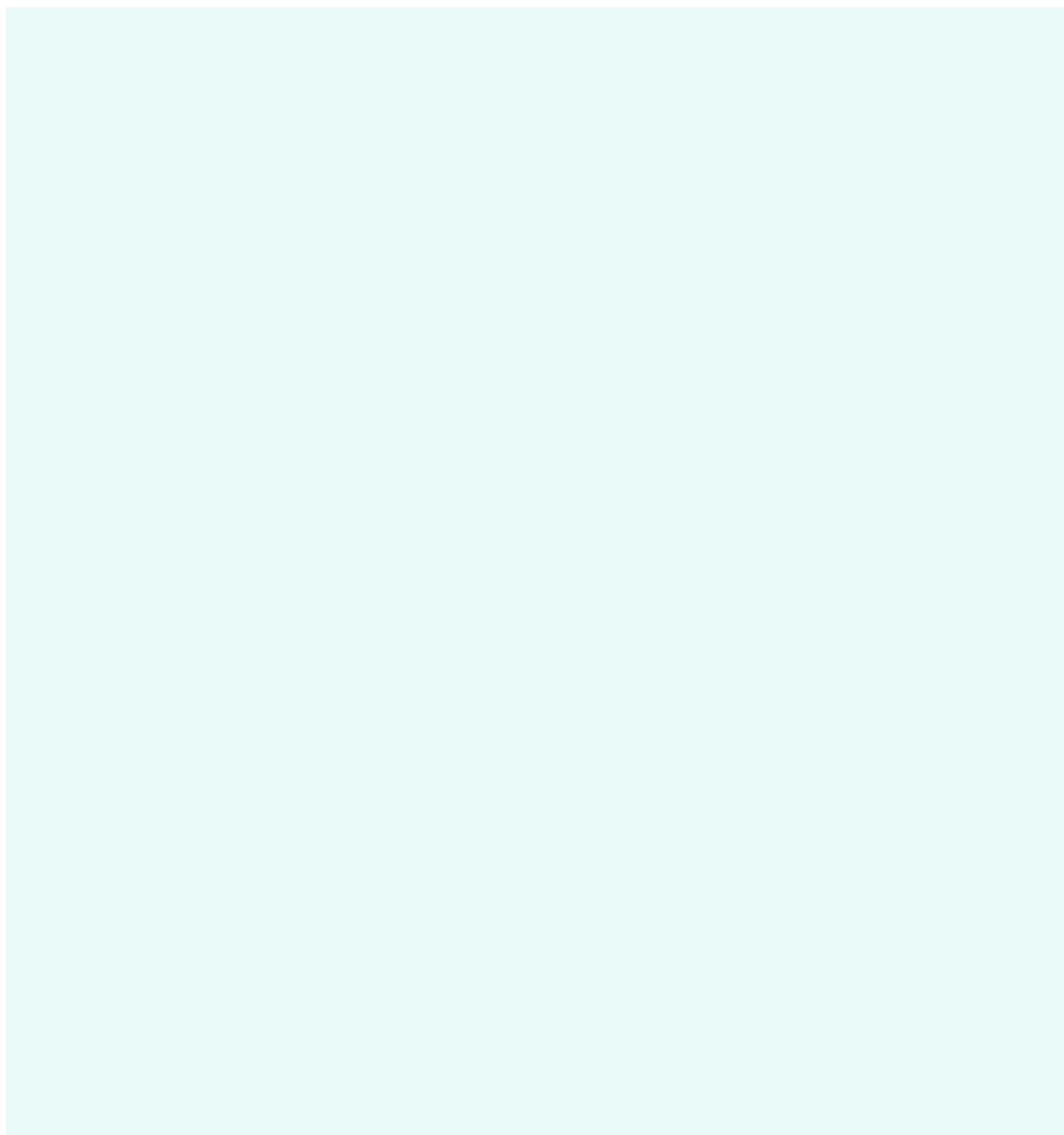
# PAWEŁ PAWLAK

Boisz się sprzedawać?

**#1**

Jakie blokady powstrzymują Cię przed działaniem?

Jakie wydarzenia mogły je zapoczątkować?



# BARTOSZ BARTCZAK

Jak, nie wydając fortuny, nagrywać wideo?

**#1** Jaka powinna być Twoja pierwsza inwestycja w sprzęt do nagrywania wideo?

**#2** Dlaczego warto nagrywać swoją postać do materiałów wideo?

**#3** Co jest najważniejszą kwestią podczas nagrań wideo?

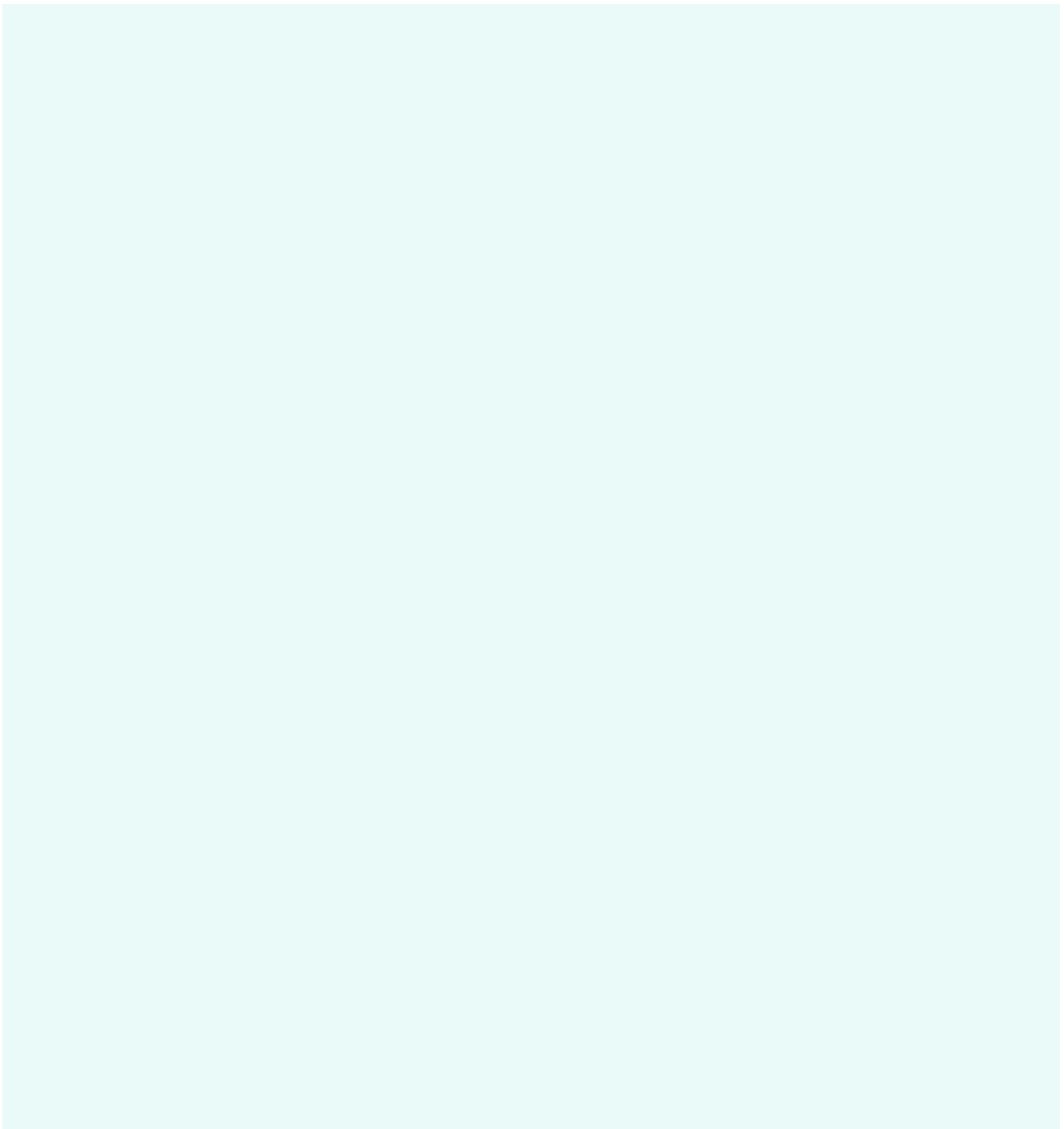


# BURZA MÓZGÓW

Wizerunek marki w social mediach

**#1**

Jak mają postrzegać Cię Twoi odbiorcy? Jak ma wyglądać Twój wizerunek online? Jak chcesz być postrzegana?



# AGATA JAKUSZKO

TikTok odczarowany



# MARTA MANTERYŚ

Wpływ przekonań na sukces w biznesie

**#1**

Jakie motto powiesz sobie w widocznym miejscu? Jakie zdania będą wspierać Cię w osiągnięciu sukcesu w biznesie?

# NATALIA SHEVELEVA

## REELS - nie działają?

**#1** Czy masz inny cel niż „zdobywanie odbiorców”? Jaki?

**#2** Jakie treści tworzysz? A jakich nie tworzysz, „bo nie lubisz”?

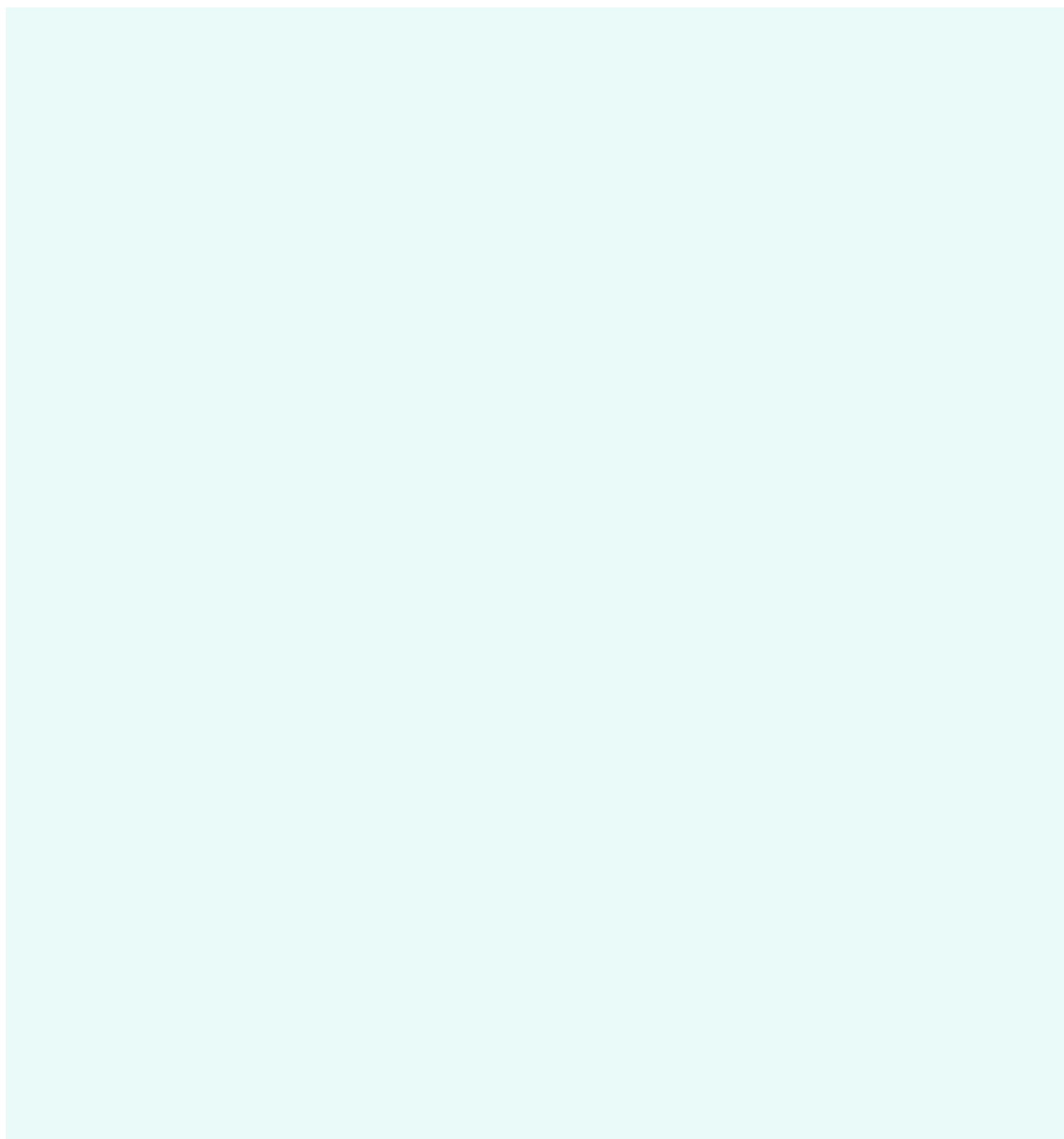
**#3** Jakie zmiany wprowadzisz w swoją strategię tworzenia reels?

# BEATA WIERZCHOWSKA

5 kroków do efektywnych kampanii na Instagramie

## #1

Jak zastosujesz w swoim biznesie tych 5 kroków do efektywnych kampanii na Instagramie?



# MARCIN OSMAN

Twoje pierwsze 100 zamówień.

## #1

Masz ZERO ZŁOTYCH na promocję, a musisz pozyskać 10 klientów w 24 godziny, bo jak tego nie zrobisz, to musisz przebiec na golasa wokół Pałacu Kultury i wideo z tego zdarzenia wrzucić na swój Facebook. Jakie KONKRETNE AKTYWNOŚCI wykonasz, aby nie musieć robić tego biegania?

## #2

Czym różni się marketing od sprzedaży?

## #3

Co jest podstawą SKUTECZNEGO zaangażowania influencera do sprzedaży Twoich produktów?

# PANEL DYSKUSYJNY

Instagram, TikTok, blog, LinkedIn czy YT?

**#1**

Na jakich portalach społecznościowych będziesz działać?  
Jakie treści zamierzasz na nich publikować?

KONFERENCJA ONLINE

# Promocja Produktu Online

SPRZEDAŻ

Dzień 3



# AGENDA

## Dzień 3

### 9:00 Ola Gościński - Co powstrzymuje nas przed zarabianiem?

Agata Koman - Jak z sukcesem tworzyć produkty cyfrowe?

Monika Czaplicka - Skuteczne lejki sprzedażowe w reklamach

Marta Krasnodębska - GH - Jak zarobić pierwsze 100 000 zł

Robert Rachwał - 10 faktów i liczb z rynku kursów online

Aneta Rutkowska - Co zrobić, aby strona nie padła?

Kamil Fiszer - Jak zacząć zarabiać na produktach cyfrowych?

Burza mózgów - Skuteczna sprzedaż - sprawdzone pomysły!

Gosia Sacała - O hojności i strachu - case study kampanii

Ilona Przetacznik - 5 fuckupów, które pogrązą promocję

Agata Dutkowska - 5 wniosków ze sprzedaży masterclassów

Katarzyna Fryc - Jak monitoring usprawnia komunikację?

Bartek Popiel - Case study produktu premium

Ewa Szczepańska - Marka znana na całym świecie

Burza mózgów - Jak sprzedawać w zgodzie ze sobą?

Konkurs

# OLA GOŚCINIAK

Co powstrzymuje nas przed zarabianiem na wiedzy?

**#1** Kim jest według Ciebie „ekspert”?  
Co według Ciebie definiuje eksperta?

**#2** Jakie są Twoje największe trudności w zarabianiu na wiedzy?

**#3** Dlaczego warto dzielić się wiedzą z innymi i zarabiać na tym?  
Pomyśl o swoim „dlaczego?”, które doda wiatru w żagle.

# AGATA KOMAN

Jak z sukcesem tworzyć produkty cyfrowe?

**#1**

Z kim możesz nagrać materiały typu „crossy” dla zwiększenia swoich zasięgów?

**#2**

Jakie kolejne produkty planujesz?

Jak zamierzasz sprawdzać pomysły na swoje produkty?

**#3**

Wypisz poniżej, jak możesz na swoje podwórko przełożyć

wiedzę i inspiracje przekazane przez Agatę podczas rozmowy?

# MONIKA CZAPLICKA

## Skuteczne lejki sprzedażowe w reklamach FB i IG

**#1** Kim jest Twoja grupa docelowa? Czym się charakteryzuje?  
Czym zdecydowanie nie jest?

**#2** Jakie inne działania podejmujesz poza reklamami? Jak te działania wpisują się w lejek sprzedażowy Twojej marki?

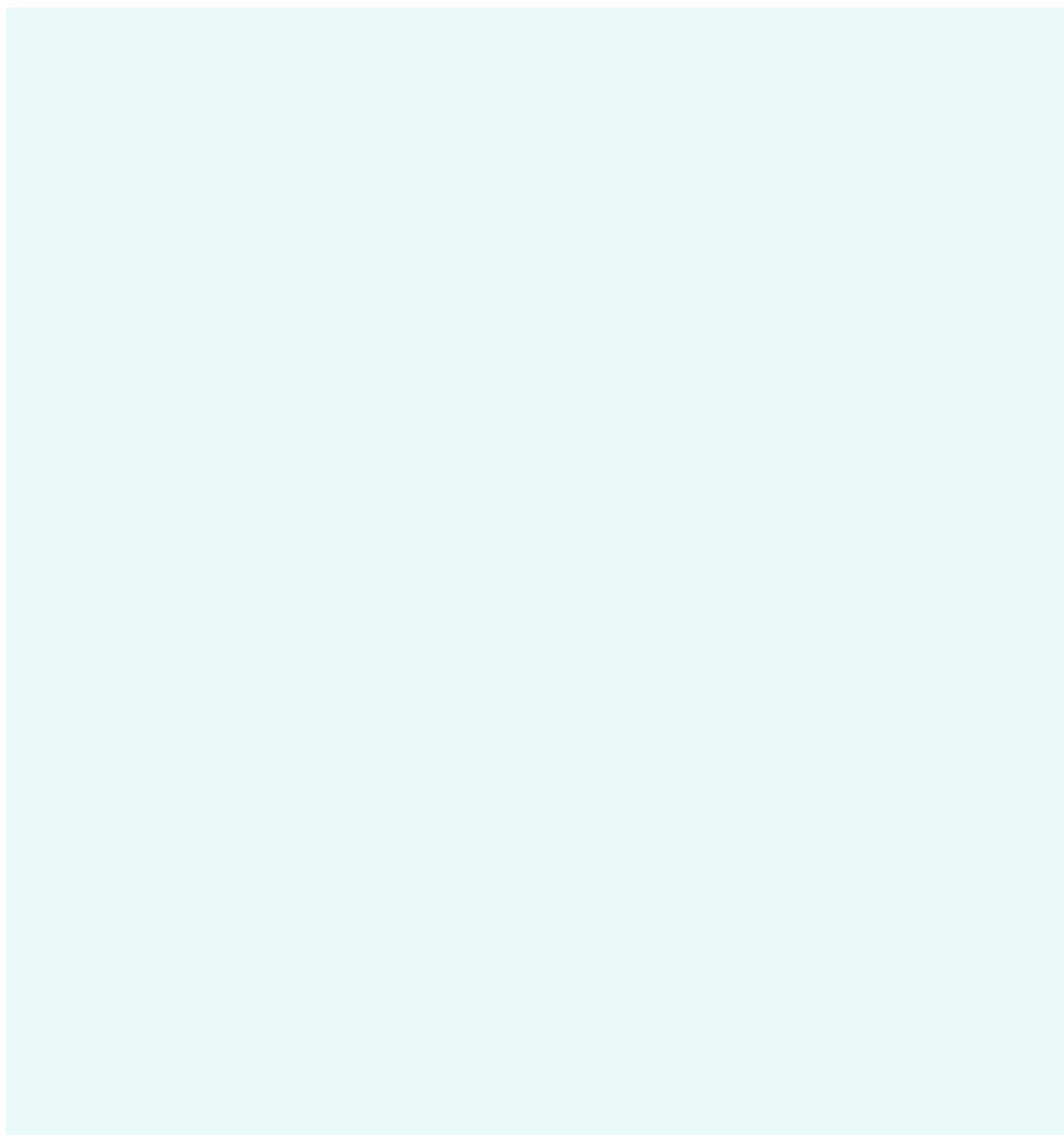
**#3** Jak analizujesz przejścia pomiędzy poszczególnymi etapami lejka?

# MARTA KRASNODEBSKA

Growth Hacking - jak zarobić pierwsze 100 tysięcy zł

**#1**

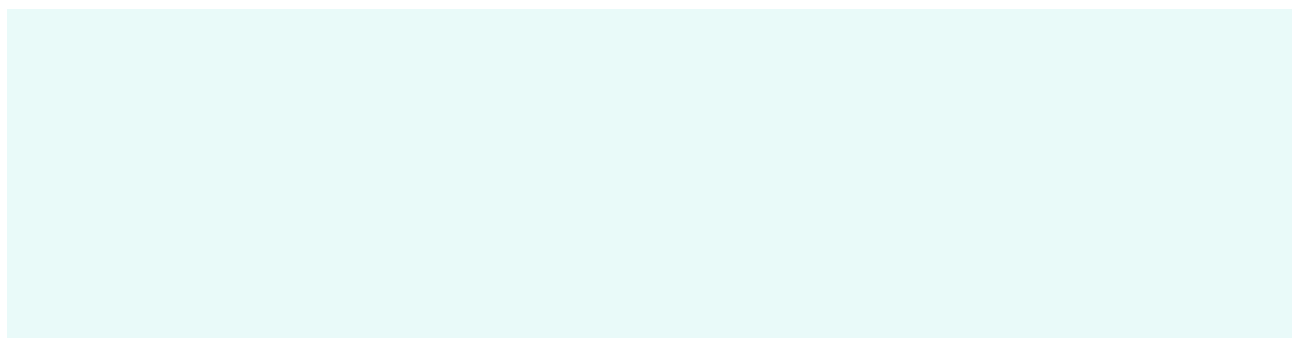
Jakie strategie od Marty wykorzystasz, by zarobić swoje pierwsze (lub kolejne) 100 zł na kampanii?



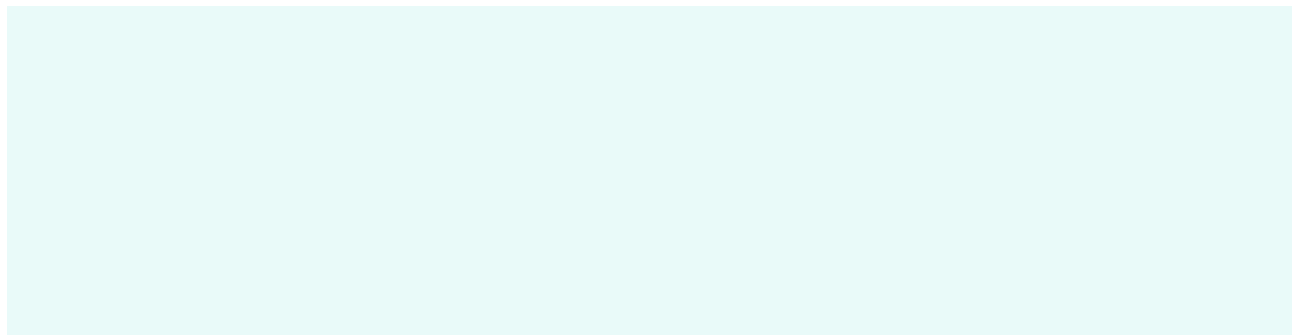
# ROBERT RACHWAŁ

10 faktów i liczb z rynku kursów online, które powinieneś/aś znać przed nagraniem pierwszego kursu.

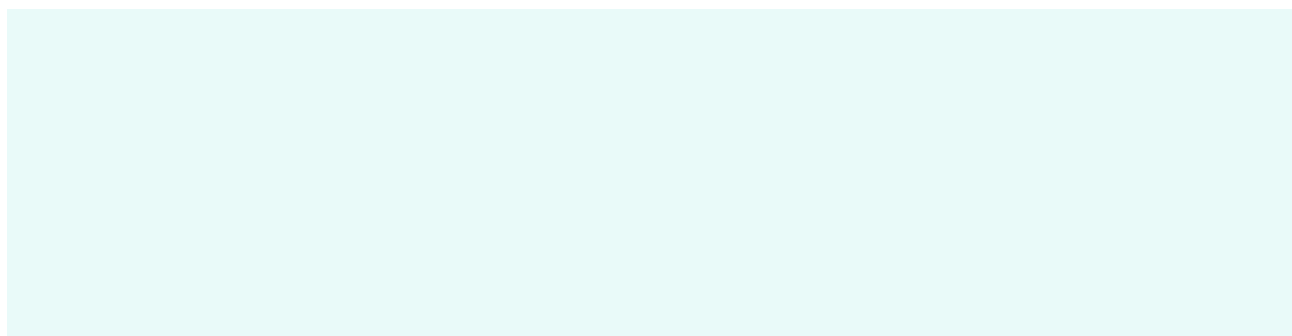
**#1** Jakie są zalety kursów online?



**#2** W jaki sposób można dzielić się wiedzą? Dlaczego warto to robić?



**#3** Jakie portale społecznościowe powinienem/powinnam wykorzystać do budowy swojej społeczności i marki osobistej? Dlaczego akurat te?

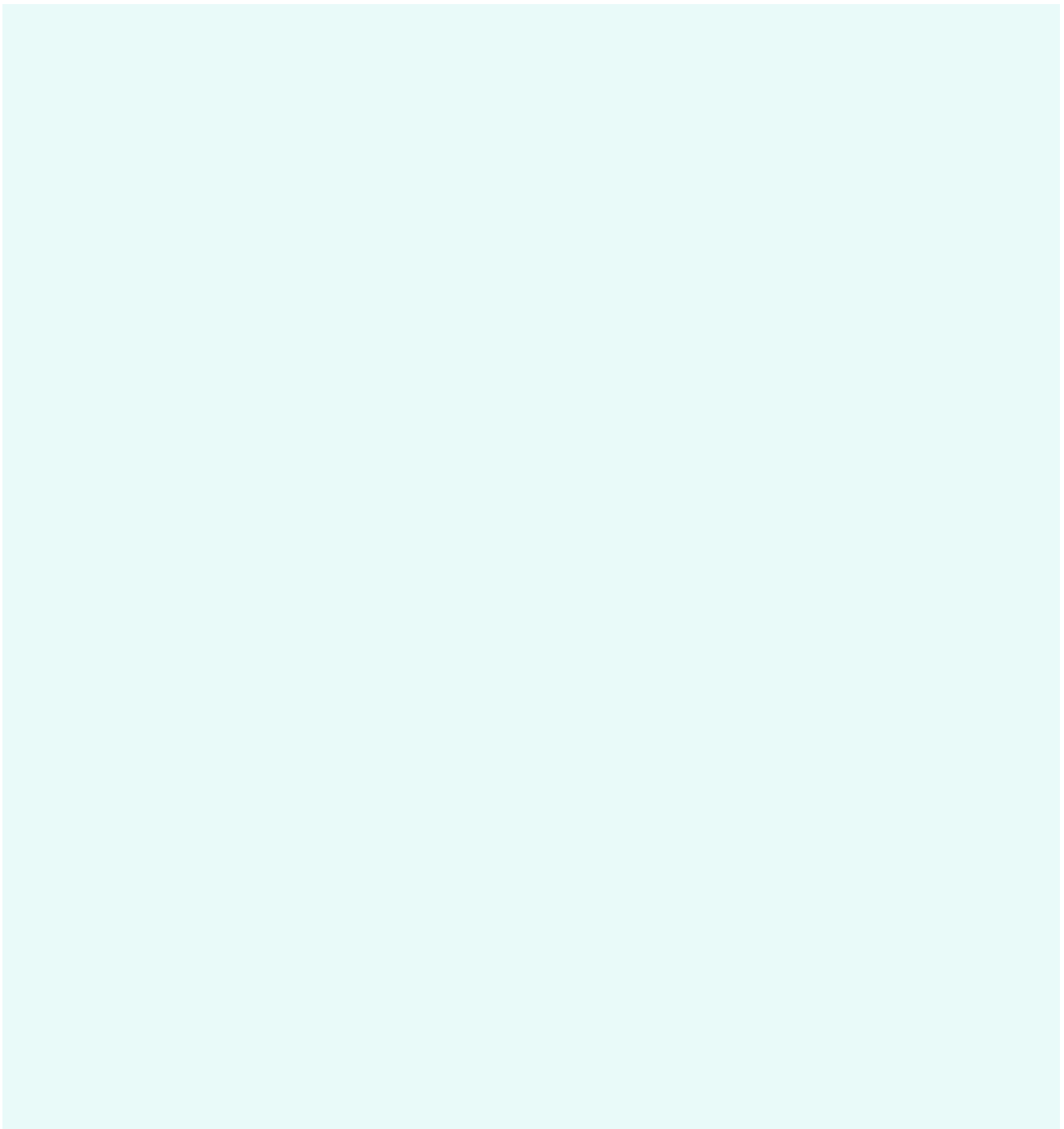


# ANETA RUTKOWSKA

Co zrobić, aby strona nie padła?

**#1**

Jak się przygotujesz technicznie do swojej kampanii sprzedażowej? Wypisz poniżej pomysły:



# KAMIL FISZER

Jak zacząć zarabiać na produktach cyfrowych?

**#1** Jaką transformację daje Twój produkt?

**#2** Jaki lejek sprzedaży najbardziej pasuje do Twojego biznesu: wejściowy, produkty główne czy produkty high-ticket?

**#3** Czy korzystasz z metody „pętli sprzedażowej” lub skorzystasz z niej w przyszłości?



# BURZA MÓZGÓW

Skuteczna sprzedaż - sprawdzone pomysły!

**#1**

Wypisz poniżej pomysły na skuteczną sprzedaż, które zastosujesz w swoim biznesie:

# GOSIA SACAŁA

## O hojności i strachu - case study kampanii

**#1** Wypisz jedną rzecz, jaką możesz dać swoim odbiorcom, aby wzmocnić swoją pozycję eksperta.

Jaki konkretnie webinar/ jaki PDF/ jaką checklistę/ jaki kurs/ jaką minilekcję wideo możesz dać?

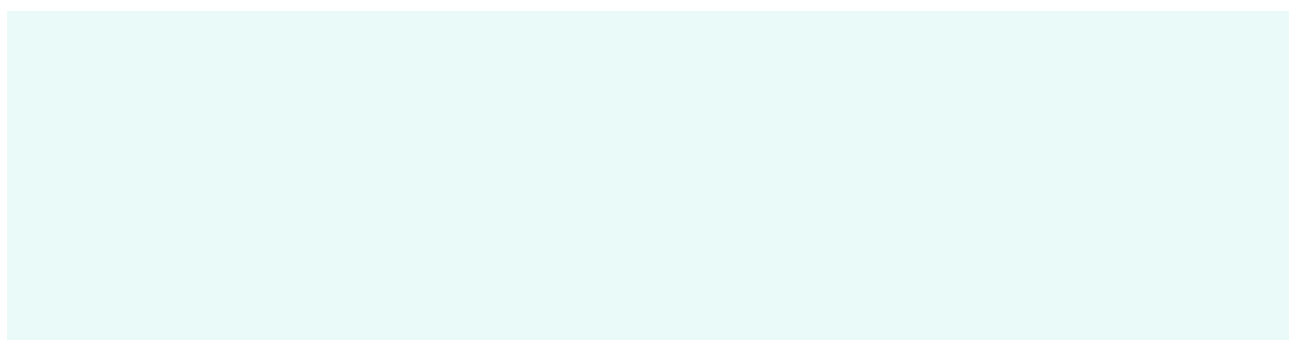
**#2** A Ty czego boisz się w kontekście swojej hojności? Jakie masz obawy?

**#3** Przed czym zatrzymuje Cię strach? Na co chcesz się odważyć, ale cały czas jeszcze się boisz?

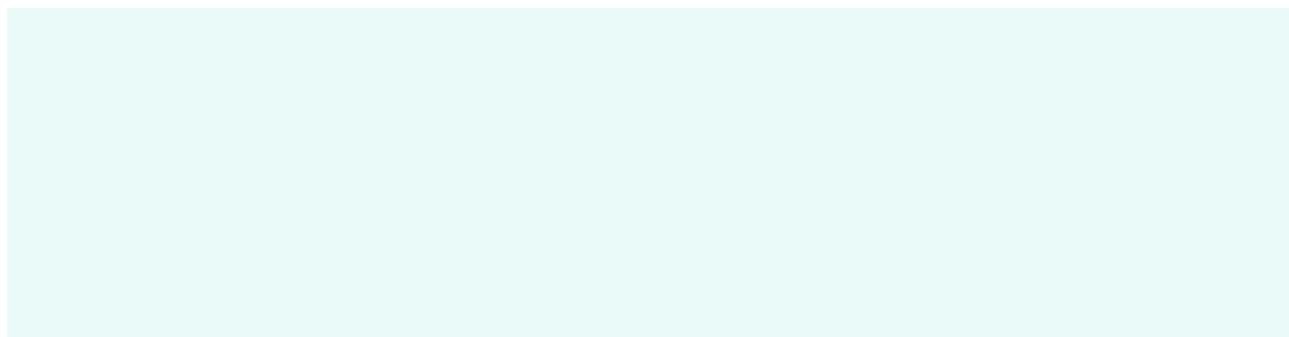
# ILONA PRZETACZNIK

5 fuckupów, które pogrążą tworzenie i promocję

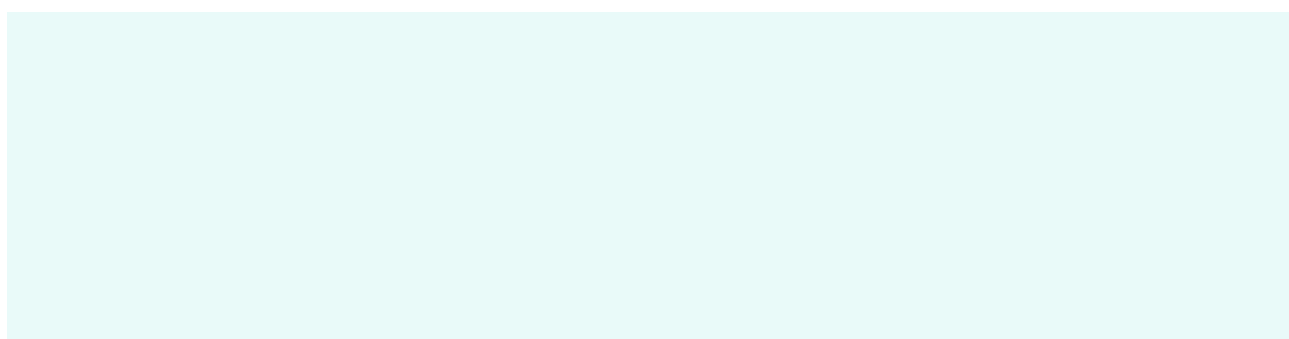
**#1** Jakimi umowami zabezpieczasz swój biznes?



**#2** O jakich dokumentach musisz pomyśleć, kiedy chcesz promować i sprzedawać swój produkt online?



**#3** O jakich obowiązkach musisz pomyśleć, promując legalnie markę, produkt lub usługę w mediach społecznościowych?



# AGATA DUTKOWSKA

## 5 najważniejszych wniosków z roku sprzedaży masterclassów

**#1** Po co warto robić segmentację odbiorców newslettera?

**#2** Jaka powinna być ścieżka zakupu od momentu decyzji do wrzucenia produktu do koszyka?

**#3** Jakie są korzyści testowania szkolenia przed premierą z małą grupą odbiorców (2-4 osoby)?

# KATARZYNA FRYC

Jak monitoring Internetu usprawnia komunikację?

**#1** Czy Brand24 gromadzi same dane, czy także wskaźniki dotyczące ich analizy?

**#2** Jakie korzyści płyną z monitoringu Internetu?

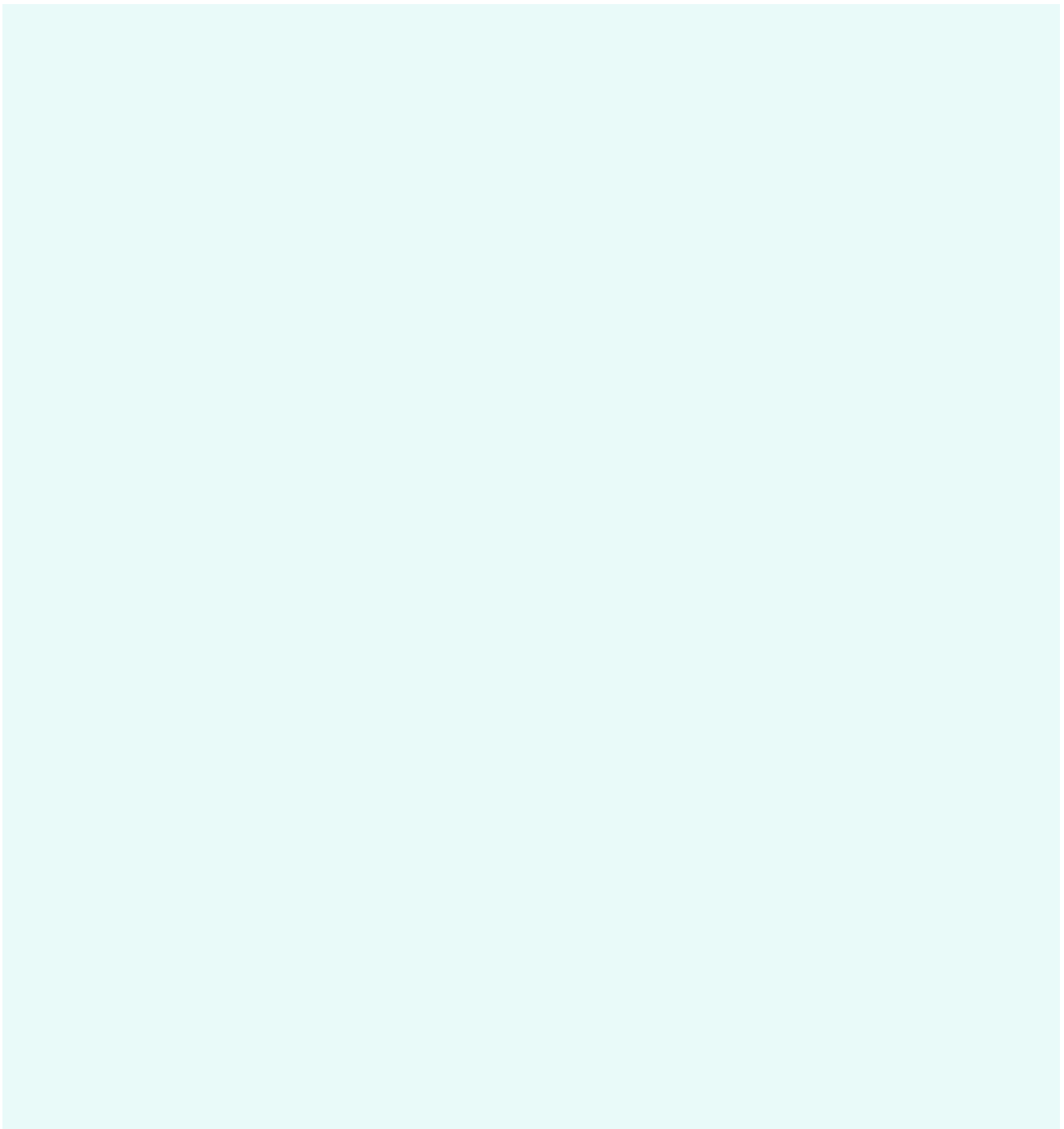
**#3** Czy można przetestować Brand24 niezobowiązująco na darmowym okresie próbnym?

# BARTEK POPIEL

Case study do Liczy się Działanie - produktu premium.

**#1**

Jak możesz zwiększyć wartość klienta? Jakie produkty premium wprowadzić do oferty? Wypisz poniżej inspiracje:



# EWA SZCZEPAŃSKA

Marka znana na całym świecie.

**#1** Do jakich krajów marzysz, by sprzedawać swoje produkty fizyczne lub cyfrowe?

**#2** Jakie źródła dywersyfikacji sprzedaży prowadzisz w swoim biznesie?

**#3** Czy jesteś zadowolona/zadowolony, z zysków uzyskiwanych w sprzedaży krajowej?

# BURZA MÓZGÓW

Jak sprzedawać w zgodzie ze sobą?



**#1**

Wypisz poniżej założenia, inspiracje i pomysły na to, aby sprzedawać w biznesie w zgodzie z samym sobą.



# KONFERENCJA

## Co dalej?

**Gratuluję! To już koniec konferencji Promocja Produktu Online! Ale za to początek Twojej, a być może także naszej wspólnej Interaktywnej przygody!**

Najlepsze efekty osiągają moi podopieczni, którzy działają tutaj i teraz! Dlatego już teraz rozplanuj, kiedy zaczniesz wdrażać zdobytą podczas konferencji wiedzę.

Być może chcesz, abym po konferencji prowadziła Cię dłużej za rękę, np. w Interaktywnej Paczce, gdzie co miesiąc wspólnie pracujemy nad swoimi biznesami i ich promocją online. A może jednak wolisz działać na własną rękę? Każda z tych dróg jest właściwa, ważne jest to, aby była zgodna z Tobą i Twoimi aktualnymi możliwościami czasowymi i finansowymi.

Niezależnie od tego, jaką wybierzesz drogę, kroczyć nią zdecydowanym krokiem. Trzymam bardzo mocno za Ciebie kciuki!

*Do zobaczenia w onlajnie!*



*Interaktywna*  
**PACZKA**

PROGRAM  
MENTORINGOWY



[olag.pl/paczka](http://olag.pl/paczka)

NABÓR W TRAKCIE KONFERENCJI



**Tytuł: Konferencja online  
Promocja Produktu Online  
Workbook**

Copyright: © Ola Gościniak  
Jestem Interaktywna, 2023

Grafika: Ola Gościniak  
Skład i projekt okładki: Ola Gościniak  
Redakcja i korekta: Joanna Dyrzc  
Fotografie: Agnieszka Werecha-Osińska

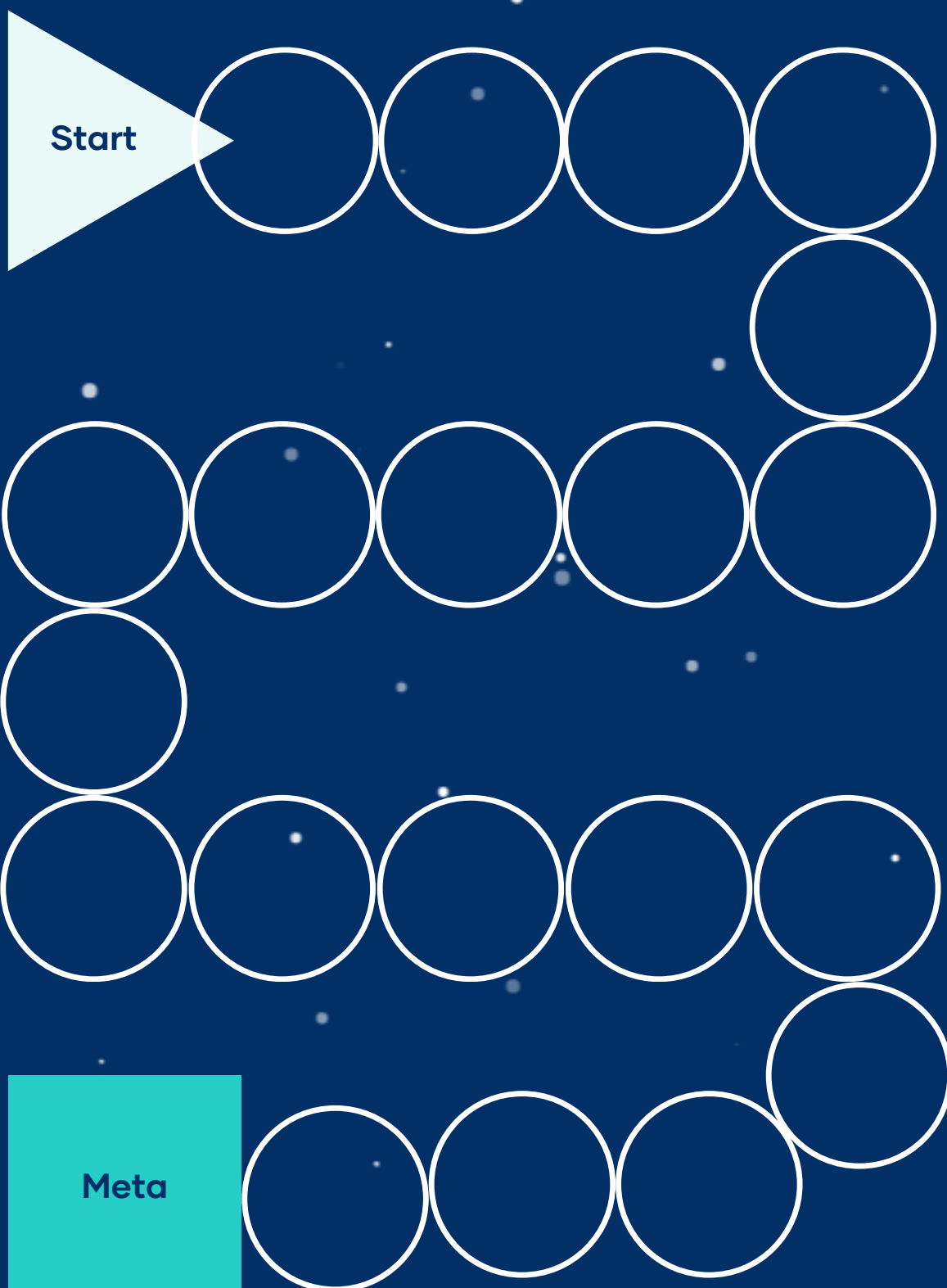
ISBN: 978-83-66851-14-6  
Poznań 2023

Wydanie pierwsze  
Dystrybutor: Jestem  
Interaktywna



# NAJBLIŻSZE KROKI

Napisz w kółkach kroki do wykonania w formie gry:



**Start**

**Meta**