

# WIOSENNY POWIEW W SEP – CENTRALNA KOMISJA DS. PROMOCJI Z PREZENTACJĄ NA RADZIE PREZESÓW KRAKÓW 2025

**Centralna Komisja do spraw Promocji, pod przewodnictwem Prezesa Oddziału Krakowskiego SEP, Macieja Burnusa, zaprezentowała szereg nowatorskich inicjatyw promocyjno-marketingowych dla Stowarzyszenia Elektryków Polskich. Wydarzenie to miało miejsce podczas Rady Prezesów SEP, odbywającej się w dniach 28-30 marca 2025 roku w pięknym i malowniczym Krakowie.**

Przedstawione propozycje bazowały na rzetelnej analizie rynku oraz sprawdzonych rozwiązaniach wdrożonych z sukcesem w Oddziale Krakowskim. Dynamiczny rozwój technologii oraz zmieniające się oczekiwania środowiska inżynierskiego sprawiają, że skuteczna strategia promocji i nowoczesny marketing stają się kluczowymi elementami długofalowego rozwoju SEP. Niniejszy artykuł przedstawia kluczowe wnioski z ponad trzygodzinnej prezentacji, której temat kontynuowano w kularach aż do późnych godzin wieczornych.

*“Albo się zmienimy, albo zostaniemy zapomniani” - Maciej Burnus, Prezes O. Krakowskiego SEP*

## **Cel spotkania**

Głównym celem spotkania było zaprezentowanie Radzie Prezesów SEP kompleksowej strategii działań promocyjno-marketingowych, mających na celu wzmocnienie pozycji SEP w dynamicznie zmieniających się realiach społeczno-gospodarczych. W szczególności skoncentrowano się na promocji i marketingu szerokiego zakresu działań, już realizowanych przez SEP, podkreślając ich znaczenie oraz potencjał w budowaniu wizerunku organizacji.

Podczas spotkania zwrócono uwagę na fakt, że choć liczba oraz jakość podejmowanych inicjatyw przez SEP stoi na bardzo wysokim poziomie, to ich widoczność w przestrzeni publicznej pozostaje niewystarczająca. Brak skutecznej komunikacji sprawia, że działalność Stowarzyszenia nie jest w pełni doceniana, a jego dorobek nie zawsze dociera do szerokiego grona odbiorców.

Komisja przedstawiła swoje dotychczasowe osiągnięcia, zrealizowane projekty oraz inicjatywy obecnie rozwijane. Na podstawie analizy rynkowej wykazano, jak kluczową rolę w budowaniu rozpoznawalności i prestiżu organizacji odgrywa nowoczesna strategia marketingowa.

Szczególną uwagę poświęcono problemowi świadomości marki SEP wśród młodego pokolenia. Podkreślono, że wielu młodych elektryków i inżynierów nie zna działalności Stowarzyszenia ani jego roli w branży – SEP jest dla nich często kojarzone jedynie z egzaminami kwalifikacyjnymi, które obecnie można przeprowadzać także w innych organizacjach i firmach. I tu pojawia się krytyczne pytanie - “Więc po co im SEP, jak egzamin mogą zrobić gdzie indziej?” W związku z tym konieczne jest podjęcie zdecydowanych działań promocyjno-marketingowych, które pozwolą nie

tylko poprawić wizerunek SEP, ale także skutecznie zaangażować nowe pokolenie specjalistów w jego działalność.

### **Centralna Komisja ds. Promocji**

Komisja, składająca się z ośmiu osób (jak przedstawiono na załączonym zdjęciu), odbyła ponad 28 spotkań roboczych. Główne działania zespołu skoncentrowano na szczegółowej analizie stron internetowych wszystkich oddziałów SEP oraz opracowaniu rekomendacji dotyczących modernizacji oficjalnej strony Stowarzyszenia.

Dodatkowo przygotowano kompleksowe wytyczne dla oddziałów SEP dotyczące skutecznych działań promocyjnych podczas udziału w targach branżowych. Opracowane materiały mogą być również wykorzystywane podczas innych wydarzeń organizowanych przez SEP, takich jak spotkania noworoczne, seminaria, konferencje czy sympozja naukowe.

Równolegle zespół aktywnie wspierał merytorycznie pięć kluczowych wydarzeń, w tym IV Kongres Elektryki Polskiej (KEP) w Poznaniu oraz targi Energetab – jedno z najważniejszych wydarzeń branży energetycznej w Polsce.

Efektorem intensywnych prac Komisji było uruchomienie 15 projektów, a ich liczba stale rośnie, co świadczy o dynamicznym rozwoju inicjatyw promocyjno-marketingowych SEP.

### **Co zaprezentowano?**

Przewodniczący Centralnej Komisji ds. Promocji, kol. Maciej Burnus, przedstawił dotychczasowe działania komisji, koncentrując się na skutecznych rozwiązaniach wdrożonych w Oddziale Krakowskim, którym kieruje jako prezes. Na przykładzie tego oddziału zaprezentował strategię promocyjno-marketingową, które w krótkim czasie przyniosły wymierne rezultaty. Dzięki tym działaniom udało się skutecznie przyciągnąć młodych specjalistów, pozyskać firmy sponsorskie, zwiększyć liczbę egzaminów SEP oraz znacząco podnieść rozpoznawalność i prestiż Stowarzyszenia. Efektem końcowym jest dynamicznie rozwijający się oddział, generujący stabilne przychody niezbędne do realizacji celów statutowych.

Jednym z doskonałych przykładów skutecznej strategii marketingowej było spotkanie techniczne poprzedzające Radę Prezesów, które zgromadziło ponad 100 uczestników, w tym prezesów oddziałów SEP. Wydarzenie to pokazało, jak odpowiednie działania promocyjne mogą zwiększyć zainteresowanie i zaangażowanie członków organizacji.

Prezentowane rozwiązania marketingowe w Oddziale Krakowskim zostały poparte szczegółową analizą danych, obejmującą m.in. konwersję kliknięć, strukturę demograficzną odbiorców, analizę efektywności działań w zależności od dnia tygodnia oraz skuteczność poszczególnych słów kluczowych. Takie podejście analityczne umożliwia precyzyjne dotarcie do grupy docelowej oraz optymalizację kosztów kampanii marketingowych, co znacząco zwiększa ich efektywność.

W drugiej części prezentacji Przemysław Klukowski z Oddziału Warszawskiego SEP przedstawił kompleksowy przewodnik dotyczący organizacji targów branżowych i maksymalizacji korzyści płynących z udziału w tego typu wydarzeniach. Omówił kluczowe aspekty budowania rozpoznawalności marki SEP, poprawy wizerunku Stowarzyszenia jako eksperta w branży, pozyskiwania nowych członków, promocji usług SEP oraz nawiązywania relacji zarówno z firmami, jak i indywidualnymi elektrykami.

Wszystkie przedstawione informacje zostały ujęte w szczegółowym dokumencie oraz prezentacji,

które można znaleźć w załączniku na końcu artykułu. Jest to obowiązkowa lektura nie tylko dla oddziałów aktywnie uczestniczących w targach, ale także dla tych, które organizują inne wydarzenia wymagające skutecznej promocji.

### **Dowód koniecznych zmian w SEP**

Aby uzasadnić konieczność przeprowadzenia gruntownych zmian w zakresie promocji i marketingu w całym SEP, przedstawiono liczne przykłady i analizy rynkowe. Współczesna rzeczywistość pokazuje, że każda organizacja – niezależnie od jej renomy, tradycji czy dorobku – musi aktywnie inwestować w marketing i promocję, aby skutecznie funkcjonować i utrzymać swoją pozycję. Dotyczy to zarówno dużych przedsiębiorstw, jak i indywidualnych specjalistów. Bez odpowiedniego wizerunku, obecności w mediach cyfrowych oraz skutecznych strategii komunikacyjnych nawet najlepsza oferta może pozostać niezauważona. A oferta SEP bez dwóch zdań jest najlepsza!

Dynamika świata cyfrowego sprawia, że SEP musi nadążać za nowoczesnymi narzędziami promocji, takimi jak social media (Facebook, X, LinkedIn, YouTube), reklamy płatne (Google Ads, Meta Ads), a także rozwój treści opartych na sztucznej inteligencji (AI). To właśnie te narzędzia kształtują obecnie rynek, a ich znaczenie będzie jedynie rosło w kolejnych latach.

Najbardziej alarmujący jest fakt, że konkurencja już teraz skutecznie wykorzystuje te mechanizmy, budując swoją przewagę na bazie wizerunku SEP. Hasła takie jak *"kursy SEP"* czy *"uprawnienia SEP"* są masowo wykorzystywane przez prywatne firmy szkoleniowe, które, dzięki agresywnemu marketingowi przyciągają klientów, pozostawiając SEP w tyle. Paradoksalnie, samo Stowarzyszenie nie potrafi w pełni wykorzystać potencjału własnej marki, tracąc w ten sposób wpływy na rynku szkoleń i egzaminów. Warto nasilić starania w promocji jakości SEP.

Nie można ignorować faktu, że rynek dynamicznie się zmienia, a jego uczestnicy coraz odważniej wykorzystują narzędzia marketingowe do budowania swojego biznesu – często naszym kosztem. Jeśli SEP nie podejmie zdecydowanych działań w obszarze promocji i marketingu, jego pozycja będzie systematycznie słabła, a konkurencja zyska jeszcze większą przewagę.

Ten stan rzeczy stanowi wyraźny, namacalny dowód na to, że konieczne są natychmiastowe zmiany w strategii marketingowej i wizerunkowej SEP na szeroką skalę.

### **Jakie wnioski wyciągnięto?**

Wszystkie te zmiany zachodzą na naszych oczach. Dostrzegamy ich wagę, jednak SEP wydaje się podążać w tym kierunku zbyt wolno. Niewątpliwie, sfera marketingu i promocji była dotychczas zaniedbywana. Ostatnie inicjatywy, takie jak udział w targach Energetab, czy organizacja IV KEP (Kongres Elektryki Polskiej), wykazują jednak istotny i pozytywny wpływ na całą organizację. Musimy intensywnie poszerzać naszą wiedzę i kompetencje w tym obszarze, dlatego działania Centralnej Komisji ds. Promocji mają STRATEGICZNE znaczenie dla SEP.

Prezesi oddziałów przyjęli prezentację z dużym zrozumieniem i uwagą. Nie spotkała się ona z negatywnym odbiorem, wręcz przeciwnie – wyrażano powszechną potrzebę zmian w obszarze promocji i marketingu. Część oddziałów już doświadczyła korzyści płynących z wdrożenia rozwiązań proponowanych przez Komisję. Należy jednak pamiętać, że marketing i promocja to proces długofalowy, a efekty wymagają czasu. Obecnie znajdujemy się w kluczowym momencie, który wymaga od nas szybkiej reakcji i wdrożenia niezbędnych zmian.

Otoczający nas świat dynamicznie się rozwija, a postęp technologiczny jest niezwykle szybki.

Jako Stowarzyszenie, musimy nadrobić stracony czas i dostosować się do aktualnych realiów rynkowo-społecznych. Szczególnie niepokojący jest fakt, że procentowy udział młodych ludzi w SEP pozostaje znikomy, a niekorzystne statystyki demograficzne stanowią poważne wyzwanie na najbliższe lata.

### **Rozmowy w kularach**

Dalsze rozmowy na temat przyszłości SEP kontynuowano w kularach, podczas biesiady zorganizowanej przez Oddział Krakowski SEP. W swobodnej atmosferze, umilanej nastrojową muzyką, poruszono wiele istotnych kwestii. Wyrażone opinie napawają optymizmem, choć jednocześnie wskazują na liczne wyzwania i ogrom pracy jaki stoi przed nami.

### **Wsparcie Centralnej Komisji ds. Promocji**

Centralna Komisja ds. Promocji pozostaje do Państwa dyspozycji w zakresie promocji i marketingu. Chętnie udzielimy wsparcia Oddziałom w poszczególnych działaniach, służąc radą w kwestiach promocyjnych. Planujemy również realizację szkoleń wewnętrznych dla Oddziałów oraz przygotowanie szkoleń zewnętrznych.

Możliwy jest bezpośredni kontakt z członkami Komisji, a także kontakt mailowy pod adresem: [maciej.burnus@sep.krakow.pl](mailto:maciej.burnus@sep.krakow.pl) oraz [przemyslaw.klukowski@sep.com.pl](mailto:przemyslaw.klukowski@sep.com.pl)

### **Podziękowanie**

Składamy serdeczne podziękowania gospodarzom – Oddziałowi Krakowskiemu, Prezesowi oraz pracownikom biura Oddziału – za wzorową organizację spotkania Rady Prezesów. To doskonały przykład, jak powinny być organizowane wydarzenia w SEP. Wyrazy wdzięczności kierujemy również do władz SEP za umożliwienie prezentacji oraz do wszystkich obecnych Prezesów, którzy z entuzjazmem i nadzieją odnieśli się do kwestii marketingu i promocji.

Pliki do pobrania:

[Opis Promocja SEP na targach](#)

[Prezentacja - Targi - Komisja ds. PROMOCJI](#)

*Tekst: Przemysław Klukowski, Maciej Burnus*

*Zdjęcia: Przemysław Klukowski, Maciej Burnus, Magdalena Czyhak*





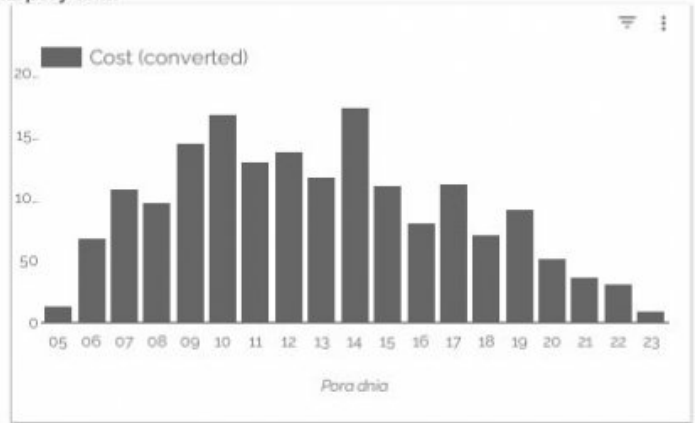
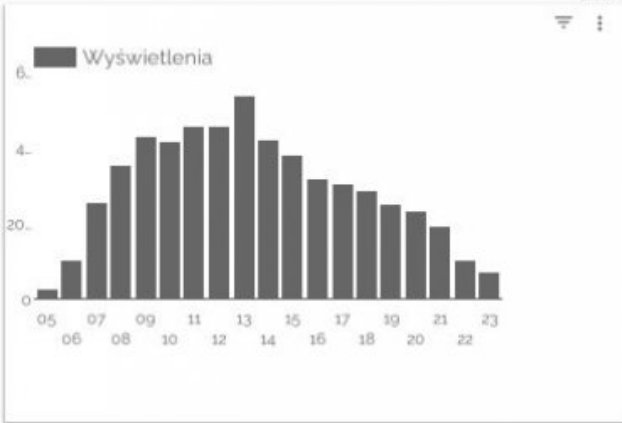






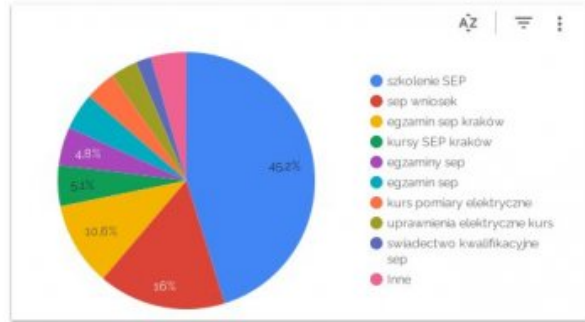
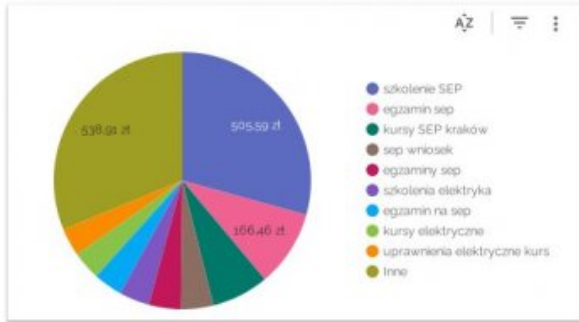


Dni oraz pory dnia



Dzień tygodnia	Wyświetlenia	Kliknięcia	CTR	Cost (converted)
1. Thursday	981	140	14.27%	299.44 zł
2. Monday	893	135	15.12%	296.88 zł
3. Wednesday	950	128	13.47%	265.15 zł
4. Sunday	723	111	15.35%	243.61 zł
5. Tuesday	887	125	14.09%	222.38 zł
6. Friday	731	109	14.91%	219.88 zł
7. Saturday	460	61	13.26%	178.96 zł
<b>Suma całkowita</b>	<b>5,6 tys.</b>	<b>809</b>	<b>14,38%</b>	<b>1,73 tys. zł</b>

Słowa kluczowe (popularne)



Słowo kluczowe w sieci wyszu...	Kampania	Wyświetl...	CTR	Cost (con...	Kliknięcia	avg. CPC ▾	Współcz. konw.
sep świadectwo kwalifikacyjne	Egzaminy SEP...	37.0	10.81%	25,2 zł	4.0	6,3 zł	0%
pomiary kurs	Kursy SEP Sea...	26.0	3.85%	4,7 zł	1.0	4,7 zł	0%
sep wniosek	Egzaminy SEP...	36.0	41.67%	70,1 zł	15.0	4,7 zł	333.33%
kurs SEP do 1 kV	Kursy SEP Sea...	2.0	150%	13,2 zł	3.0	4,4 zł	0%
sep egzamin online	Egzaminy SEP...	8.0	37.5%	11,7 zł	3.0	3,9 zł	0%
egzamin sep kraków	Egzaminy SEP...	59.0	23.73%	54,2 zł	14.0	3,9 zł	235.71%
kurs pomiaru elektryczne Krak...	Kursy SEP Sea...	6.0	33.33%	7,0 zł	2.0	3,5 zł	50%
egzamin kwalifikacyjny sep	Egzaminy SEP...	9.0	11.11%	3,5 zł	1.0	3,5 zł	100%
kurs SEP 1 kV	Kursy SEP Sea...	19.0	10.53%	5,9 zł	2.0	3,0 zł	0%
szkolenie SEP do 1 kV	Kursy SEP Sea...	2.0	50%	2,9 zł	1.0	2,9 zł	0%
szkolenie g1 g2 g3	Kursy SEP Sea...	14.0	14.29%	5,8 zł	2.0	2,9 zł	0%
swiadectwo kwalifikacyjne sep	Egzaminy SEP...	83.0	20.48%	47,6 zł	17.0	2,8 zł	35.29%
egzaminy sep	Egzaminy SEP...	166.0	15.06%	69,5 zł	25.0	2,8 zł	60%
wniosek sep	Egzaminy SEP...	1.0	100%	2,8 zł	1.0	2,8 zł	0%
egzamin sep online	Egzaminy SEP...	57.0	14.04%	20,3 zł	8.0	2,5 zł	25%



Ogółem

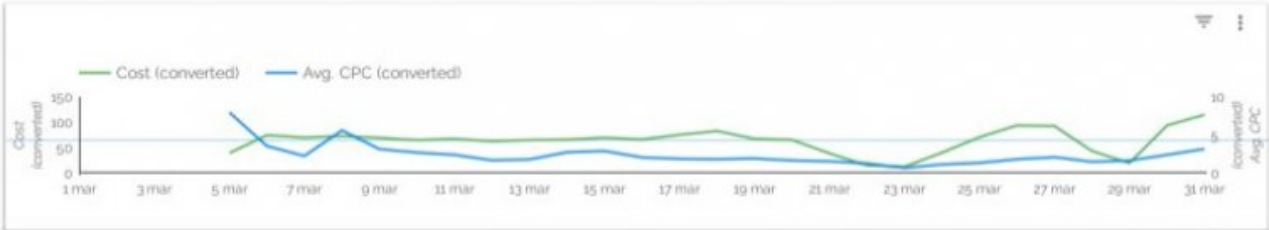
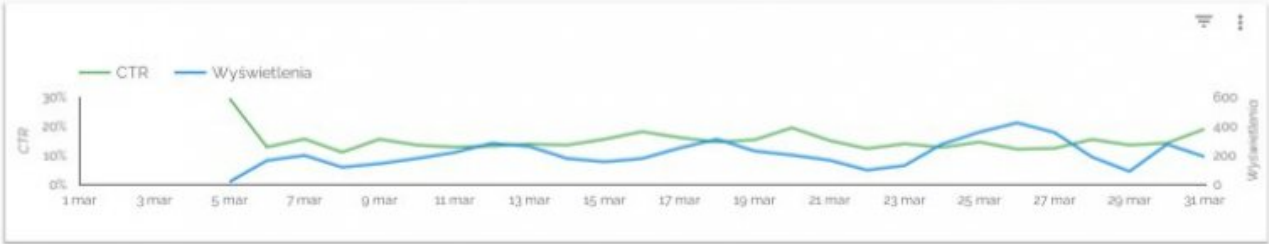
Wyświetlenia  
**5,6 tys.**

Kliknięcia  
**809**

CTR (% wyświetleń do kliknięć)  
**14,38%**

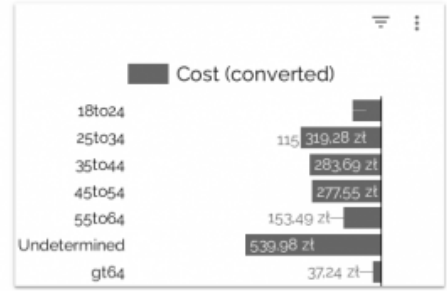
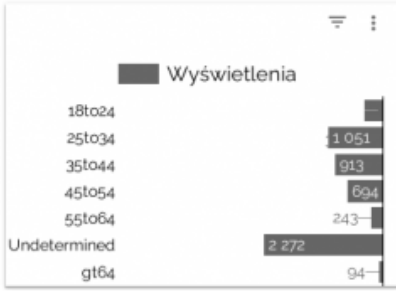
Śr. Koszt kliknięcia  
**2,13 zł**

Koszt (suma)  
**1,73 tys. zł**



Kampania	Wyświetlenia *	Kliknięcia	CTR	Cost (converted)	Konwersje	Współcz. konw.
Kursy SEP Search	4,3 tys.	808	14%	1,17 tys. zł	187,5	30,84%
Egzaminy SEP Search	1,3 tys.	201	15,68%	556,2 zł	124,5	61,94%
<b>Suma całkowita</b>	<b>5,6 tys.</b>	<b>809</b>	<b>14,38%</b>	<b>1,73 tys. zł</b>	<b>312</b>	<b>38,57%</b>

Wiek



	Wiek	Kliknięcia	Cost (converted)
1.	Undetermined	268	539.98 zł
2.	25to34	148	319.28 zł
3.	35to44	145	283.69 zł
4.	45to54	127	277.55 zł
5.	55to64	53	153.49 zł
6.	18to24	48	115.08 zł
7.	gt64	20	37.24 zł
	<b>Suma całkowita</b>	<b>809</b>	<b>1,73 tys. zł</b>

1 - 7 / 7 < >



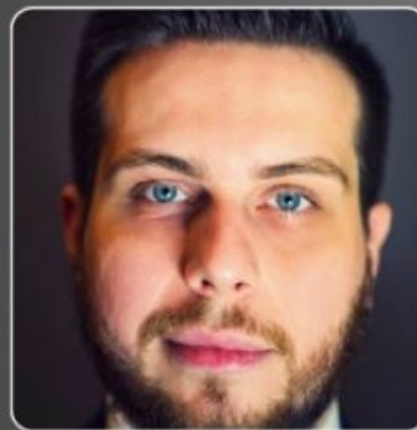
# ZESPÓŁ CK ds. PROMOCJI



**MARCIN PODLEWSKI**



**MACIEJ BURNUS**



**PRZEMYSŁAW KLUKOWSKI**



**MAŁGORZATA HÖFFNER**



**JAKUB KULTERMAN**



**PAWEŁ KUBICKI**



**JOANNA ŻÓRAWSKA**



**LUCYNA MALICKA**