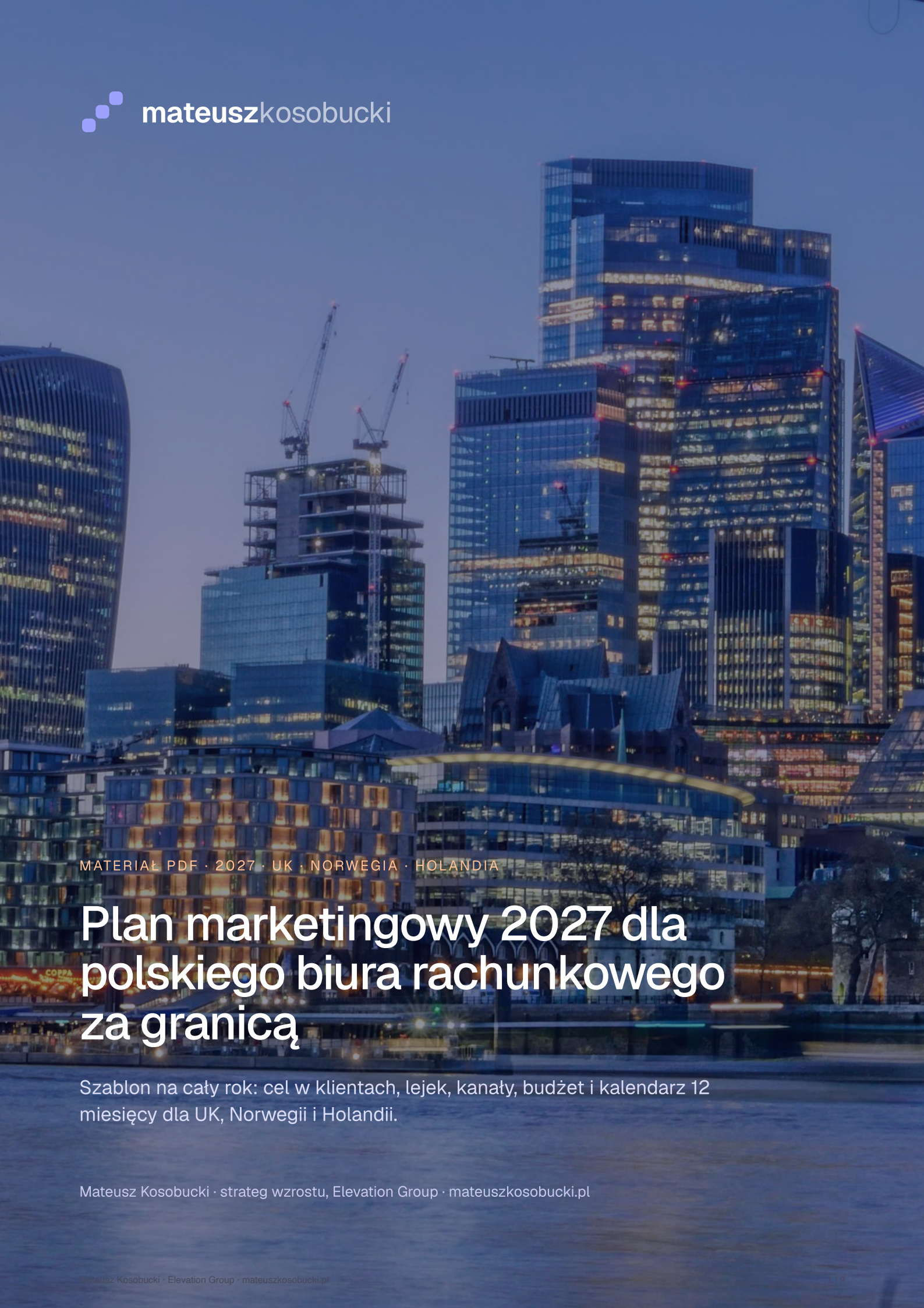
mateuszkosobucki



MATERIAŁ PDF · 2027 · UK · NORWEGIA · HOLANDIA

Plan marketingowy 2027 dla polskiego biura rachunkowego za granicą

Szablon na cały rok: cel w klientach, lejek, kanały, budżet i kalendarz 12 miesięcy dla UK, Norwegii i Holandii.

Mateusz Kosobucki · strateg wzrostu, Elevation Group · mateuszkosobucki.pl

Ten szablon jest dla właściciela polskiego biura rachunkowego w Wielkiej Brytanii, Norwegii albo Holandii, który chce wejść w 2027 z planem zamiast z nadzieją. Wypełnisz go w jedno popołudnie, a potem przez cały rok będziesz sprawdzać go w 15 minut tygodniowo.

01

Jak korzystać z tego planu

Plan ma siedem kroków. Każdy kończy się polami do wypełnienia. Nie musisz mieć idealnych danych. Wpisz to, co wiesz dziś, a w lutym popraw liczby na podstawie pierwszych tygodni.

Zasada nadrzędna: **plan zaczyna się od liczby klientów, a nie od kanału**. Najpierw ustalasz, ilu klientów chcesz i ilu obsłużysz, potem liczysz, ile zapytań potrzebujesz, a dopiero na końcu wybierasz, skąd je weźmiesz i ile to kosztuje.

- [ ] Wydrukuj albo skopiuj ten plan do arkusza.
- [ ] Zarezerwuj 2-3 godziny bez telefonu.
- [ ] Przygotuj: listę obecnych klientów, honoraria, liczbę zapytań z ostatnich 3-6 miesięcy (nawet szacunkową).
- [ ] Wypełnij kroki po kolei, nie przeskakuj do budżetu.
- [ ] Ustaw w kalendarzu stałe 15 minut w poniedziałek na przegląd liczb.

Liczby z naszych kampanii podane w tym planie pochodzą z reklam Meta prowadzonych przez Elevation Group dla polskich biur rachunkowych w październiku 2026. Traktuj je jako punkt startowy, nie gwarancję.

02

Krok 1. Cel na 2027: ilu nowych klientów?

Cel to jedna liczba: nowi klienci w 2027. Żeby była realna, sprawdź trzy rzeczy: ile klientów obsłużysz obecnym zespołem, ilu odchodzi rocznie i jakie średnie roczne honorarium ma jeden klient.

Pytanie	Jak policzyć	Twoja liczba
Ilu klientów masz dziś?	Aktywni, płacący w ostatnich 3 miesiącach	
Ilu odeszło w ostatnich 12 miesiącach?	Zamknięte firmy, powroty do Polski, przejście do innego biura	
Ilu klientów zespół obsłuży bez nowego etatu?	Szczyt sezonu to test, nie średnia z roku	
Średnie roczne honorarium	Suma honorariów za 12 mies. / liczba klientów	

Pytanie	Jak policzyć	Twoja liczba
Cel przychodu z nowych klientów	Nowi klienci x średnie honorarium	

Przykład: biuro ma 180 klientów, rocznie odchodzi 25, zespół obsłuży 220. Żeby urosnąć do 220, potrzebuje 25 nowych na odejścia i 40 na wzrost, czyli 65 nowych klientów w 2027. Uwaga: jeśli cel przekracza możliwości zespołu, najpierw plan zatrudnienia, potem marketing.

Nowi klienci w 2027 (cel)

Z tego: Wielka Brytania / Norwegia / Holandia

Średnie roczne honorarium nowego klienta

Maksymalna liczba klientów bez nowego etatu

03

Krok 2. Lejek liczony od końca

Lejek to droga od pierwszego kontaktu do podpisanej umowy. Liczysz go od końca, bo cel to klienci. Potrzebujesz dwóch wskaźników: jaki odsetek zapytań kończy się rozmową i jaki odsetek rozmów kończy się klientem. Jeśli ich nie znasz, zacznij od założeń z przykładu i popraw je po miesiącu.

Etap	Wzór	Przykład	Twoje liczby
Nowi klienci na rok	z kroku 1	60	
Odsetek rozmów, które zamykasz	klienci / rozmowy	33%	
Potrzebne rozmowy	klienci / odsetek zamknięć	180	
Odsetek zapytań, z którymi jest rozmowa	rozmowy / zapytania	35%	
Potrzebne zapytania na rok	rozmowy / odsetek rozmów	ok. 515	
Zapytania miesięcznie	roczne / 12, ale z korektą na sezon	ok. 43	

Procenty w kolumnie „Przykład” to założenie do nauki wzoru, nie średnia rynkowa. U Ciebie mogą być wyższe (polecenia zamykają się częściej) albo niższe (zimne zapytania z reklam).

Gdzie zwykle przecieka lejek

- [ ] Odpowiedź na zapytanie później niż po 1 godzinie w godzinach pracy.
- [ ] Brak drugiej próby kontaktu, gdy klient nie odebrał.

- [ ] Rozmowa bez jasnej ceny i następnego kroku.
- [ ] Brak przypomnienia po wysłaniu oferty (dzień 2 i dzień 5).
- [ ] Zapytania z formularza lądują w skrzynce, której nikt nie sprawdza w weekend.

Mój odsetek zapytanie → rozmowa

Mój odsetek rozmowa → klient

Potrzebne zapytania miesięcznie (poza sezonem / w sezonie)

04

Krok 3. Kanały i ich kolejność

Kanał to źródło zapytań. Biuro nie musi być wszędzie. Musi mieć fundament i 1-2 kanały, które dowożą liczby z kroku 2.

Kanał	Rola w planie	Kiedy uruchomić	Minimalny standard
Strona biura	Zamienia ruch w zapytania	Przed każdą reklamą	Usługi z cenami od, zdjęcie właściciela, telefon i WhatsApp widoczne na telefonie
Wizytówka Google	Zapytania lokalne, opinie	Od razu	Kategorie, godziny, usługi, min. 1 nowa opinia w tygodniu w sezonie
Meta Ads (Facebook, Instagram)	Szybkie zapytania od Polaków w kraju	4-8 tygodni przed sezonem	1 kampania na kraj, 2-3 kreacje, decyzja po 2 tygodniach
AEO (ChatGPT, Gemini, Perplexity)	Polecenia przez AI, działa długo	Od stycznia, stała praca	Podstrona na każdą usługę, test co miesiąc
Polecenia	Najtańsi i najlepsi klienci	Po każdym rozliczeniu rocznym	Prośba o polecenie mailem i SMS-em, mały bonus dla polecającego
Treści (posty, artykuły, wideo)	Zaufanie, materiał dla AI	1 treść tygodniowo	Odpowiedź na jedno pytanie klienta, z terminem i konkretem
Google Ads	Zapytania z intencją	Gdy znasz koszt klienta	Tylko frazy z usługą i miastem, wykluczenia

Moja kolejność na 2027

Fundament (co poprawiam na stronie i w wizytówce do końca stycznia)

Kanał główny nr 1

Kanał główny nr 2

Kanał, którego świadomie NIE robię w 2027

05

Krok 4. Budżet liczony z kosztu zapytania

Budżet reklamowy to liczba zapytań z reklamy pomnożona przez koszt jednego zapytania. Poniżej prawdziwe koszty zapytań z naszych kampanii Meta dla polskich biur rachunkowych w październiku 2026.

Kraj	Koszt zapytania (Meta, paź. 2026)	20 zapytań / mies.	40 zapytań / mies.
Wielka Brytania	ok. £7,30-7,90	ok. £146-158	ok. £292-316
Norwegia	ok. £4,60-5,10	ok. £92-102	ok. £184-204
Holandia	ok. £2,70-4,90	ok. £54-98	ok. £108-196

Co jeszcze widać w danych z całego konta agencji (1-27.10.2026, £718, 84 zapytania): feed Instagrama dawał zapytanie za około £3,70, feed Facebooka za około £8,80, Stories wypadały najsłabiej. Najlepiej reagowała grupa wiekowa 45-54.

> W sezonie koszt zapytania zwykle rośnie, bo więcej firm reklamuje się do tych samych osób. Do budżetu na miesiące szczytu dolicz zapas, a kampanię uruchom kilka tygodni wcześniej, gdy jest taniej.

Pozycja	Miesięcznie	Rocznie
Reklama Meta		
Google Ads (jeśli w planie)		
Strona, AEO, treści (zespół lub agencja)		
Bonusy za polecenia		
Narzędzia (CRM, formularze, telefon)		
Razem		

Sprawdzian: budżet podzielony przez liczbę nowych klientów to koszt pozyskania klienta (CAC). Porównaj go z wartością klienta w materiale „Ile kosztuje nowy klient biura rachunkowego”.

Maksymalny koszt pozyskania jednego klienta, który akceptuję

06

Krok 5. Kalendarz 12 miesięcy: UK, Norwegia, Holandia

Kalendarz pokazuje, kiedy klient sam szuka biura i kiedy Ty powinieneś już być widoczny. Terminy podatkowe w tabeli są sprawdzone w źródłach urzędowych (gov.uk, skatteetaten.no, belastingdienst.nl) w listopadzie 2026. Szczegóły i pomysły na posty są w „Kalendarzu treści 2027".

Miesiąc	Wielka Brytania	Norwegia	Holandia
Styczeń	Szczyt: Self Assessment online za 2025/26 do 31.01. Reklama „ostatnia chwila".	Start kampanii pod skattemelding, treści o ENK i AS.	Start kampanii pod aangifte IB. Btw Q4 2026 do 31.01.
Luty	Komunikacja: Making Tax Digital od 6.04.2027 dla dochodu powyżej £30 000.	Mva do 10.02. Kampania trwa.	Kampania trwa, treści „co przygotować do zeznania".
Marzec	Kampania MTD, koniec roku podatkowego 5.04.	Forskuddsskatt ENK 15.03. Szczyt zapytań.	Od 1.03 można składać aangifte za 2026. Szczyt.
Kwiecień	Nowy rok podatkowy od 6.04, start MTD. Zbieranie opinii.	Skattemelding pracowników do 30.04. Mva do 10.04.	Aangifte IB zwykle do 1.05. Btw Q1 do 30.04.
Maj	Kwartalna aktualizacja MTD do 7.05.	Skattemelding næringsdrivende do 31.05.	Prośby o polecenia po zamkniętych zeznaniach.
Czerwiec	Treści dla pracodawców przed P11D (6.07).	Forskuddsskatt 15.06, mva 10.06. Polecenia.	Vpb dla BV (rok kalendarzowy) do 1.06.
Lipiec	Druga zaliczka 31.07. Spokojniej: strona i wideo.	Årsregnskap do 31.07. Urlopy: praca nad stroną.	Btw Q2 do 31.07. Praca nad stroną.
Sierpień	Aktualizacja MTD do 7.08.	Mva do 31.08.	Treści dla ZZP o przejściu na BV.
Wrzesień	Klienci firmowi: Ltd, przejęcia od innych biur.	Forskuddsskatt 15.09. Klienci AS.	Klienci BV, przejęcia od innych biur.
Październik	Rejestracja do Self Assessment do 5.10 dla nowych. Papierowe zeznanie do 31.10.	Mva do 10.10.	Btw Q3 do 31.10.
Listopad	Aktualizacja MTD do 7.11. Start kampanii pod 31.01.2028.	Przygotowanie sezonu 2028.	Przygotowanie sezonu 2028.
Grudzień	Kampania Self Assessment trwa.	Forskuddsskatt 15.12, mva 10.12.	Test widoczności w AI, plan 2028.

Moje 3 najważniejsze okna kampanii w 2027 (miesiąc i kraj)

07

Krok 6. Tygodniowa rutyna

Plan działa, gdy ma stały rytm. Ta rutyna zajmuje około 2 godzin tygodniowo właściciela, resztę robi zespół lub agencja.

Poniedziałek, 15 minut

- [ ] Wpisz liczby z zeszłego tygodnia do tabeli wskaźników (krok 7).
- [ ] Sprawdź koszt zapytania w każdej kampanii.
- [ ] Zdecyduj: zostawiam, zmieniam kreację czy wyłączam.

Codziennie

- [ ] Odpowiedź na każde zapytanie w ciągu godziny w godzinach pracy.
- [ ] Druga próba kontaktu z osobami, które nie odebrały wczoraj.
- [ ] Przypomnienie dla osób, które dostały ofertę 2 i 5 dni temu.

Raz w tygodniu

- [ ] Jedna treść: post, artykuł albo krótkie wideo z odpowiedzią na pytanie klienta.
- [ ] Prośba o opinię Google do 3-5 zadowolonych klientów.
- [ ] Prośba o polecenie do klientów, którym właśnie zamknąłeś rozliczenie.

Raz w miesiącu

- [ ] Test widoczności w ChatGPT, Gemini i Perplexity (10 pytań).
- [ ] Przegląd budżetu na kolejny miesiąc według kalendarza z kroku 5.
- [ ] Jedna poprawka na stronie na podstawie pytań, które padały w rozmowach.

Kto w biurze odpowiada za zapytania (imię)

Godzina i dzień cotygodniowego przeglądu

08

Krok 7. Wskaźniki i progi alarmowe

Wskaźnik ma sens tylko wtedy, gdy wiesz, co zrobić, gdy spada. Dlatego przy każdym jest próg alarmowy i reakcja.

Wskaźnik	Jak mierzyć	Mój cel	Alarm, gdy	Reakcja
Zapytania tygodniowo	Formularz, telefon, WhatsApp, e-mail		2 tygodnie poniżej celu	Nowa kreacja, więcej budżetu w kanale, który działa

Wskaźnik	Jak mierzyć	Mój cel	Alarm, gdy	Reakcja
Koszt zapytania	Menedżer reklam		2x powyżej średniej kraju	Zmiana kreacji lub grupy odbiorców
Czas pierwszej odpowiedzi	CRM lub zeszyt	do 1 h	powyżej 4 h	Dyżur, automatyczna odpowiedź z linkiem do kalendarza
Zapytanie → rozmowa	Rozmowy / zapytania		poniżej 25%	Szybszy kontakt, lepsze dopasowanie reklamy
Rozmowa → klient	Klienci / rozmowy		poniżej 20%	Cena od na stronie, skrypt rozmowy, przypomnienia
Nowi klienci miesięcznie	Umowy		Miesiąc poniżej planu	Sprawdź, który etap lejka spadł
Obecność w AI	Test 10 pytań		0 wzmianek przez 2 miesiące	Podstrony usług, spójne dane firmy

Progi w kolumnie „Alarm” to nasze robocze założenia, nie normy branżowe. Ustaw własne po pierwszych 6-8 tygodniach.

09

Plan na jednej stronie

Ta strona to skrót, który możesz powiesić nad biurkiem albo wkleić na pierwszą stronę arkusza.

Cel 2027: nowi klienci

Potrzebne zapytania miesięcznie

Fundament do poprawy do końca stycznia

Kanał nr 1 i budżet miesięczny

Kanał nr 2 i budżet miesięczny

3 okna kampanii (miesiąc, kraj, temat)

Maksymalny koszt pozyskania klienta

Kto odpowiada za zapytania i za przegląd liczb

Jeśli chcesz przejść przez ten plan razem z nami i sprawdzić liczby na danych Twojego biura, umów rozmowę na mateuszkosobucki.pl/rozmowa. W Elevation Group prowadzimy kampanie dla polskich biur w UK, Norwegii i Holandii.

Chcesz to przejść na liczbach twojego biura?

30 minut online, bez zobowiązań. Pokażę, skąd dziś przychodzą twoi klienci i co zrobiłbym najpierw.

mateuszkosobucki.pl/rezerwacja · m.kosobucki@elevationgroup.pl

Źródła

- GOV.UK: Self Assessment tax returns, deadlines: https://www.gov.uk/self-assessment-tax-returns/deadlines
- GOV.UK: Making Tax Digital for Income Tax, eligibility: https://www.gov.uk/guidance/check-if-youre-eligible-for-making-tax-digital-for-income-tax
- GOV.UK: Send quarterly updates (MTD): https://www.gov.uk/guidance/use-making-tax-digital-for-income-tax/send-quarterly-updates
- GOV.UK: Expenses and benefits, deadlines: https://www.gov.uk/employer-reporting-expenses-benefits/deadlines
- Skatteetaten: Skattebetalingshåndboken § 10-20 Forskuddsskatt: https://www.skatteetaten.no/rettskilder/type/handboker/skattebetalingshandboken/gjeldende/kapittel-10.-forfall/ID-10-10.001/
- Skatteetaten: Leveringsfrister for mva-melding: https://www.skatteetaten.no/en/rettskilder/type/handboker/skatteforvaltningshandboken/gjeldende/kapittel-8-opplysningsplikt-for-skattepliktige-trekkpliktige-mv/ID-8-3.001/ID-8-3.027/
- Skatteetaten: Husk leveringsfrist for skattemeldingen: https://www.skatteetaten.no/en/press/nyhetsrommet/husk-leveringsfrist-for-skattemeldingen/
- Brønnøysundregistrene: Remember the deadline 31 July: https://www.brreg.no/en/other-topics/remember-the-deadline-31-july/
- Belastingdienst: Wanneer moet mijn aangifte inkomstenbelasting binnen zijn?: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/nl/belastingaangifte/content/wanneer-moet-ik-aangifte-doen
- Belastingdienst: Uiterste aangifte- en betaaldatums btw: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/nl/btw/content/uiterste-aangifte-en-betaaldatums
- Belastingdienst: Aangifte vennootschapsbelasting doen: https://www.belastingdienst.nl/wps/wcm/connect/bldcontentnl/belastingdienst/zakelijk/winst/vennootschapsbelasting/aangifte-vennootschapsbelasting-doen/aangifte-vennootschapsbelasting-doen

Materiał informacyjny, nie jest poradą podatkową. Stan na listopad 2026. Dane o kosztach kampanii pochodzą z kont reklamowych Elevation Group.