

Karta usługi została zablokowana. Podmiot nie dopełnił wymagań związanych z publikacją karty usługi w Bazie Usług Rozwojowych. Zapis na usługę nie jest możliwy.

MARKETING I PR DLA STARTUPÓW

Usługa archiwalna

Usługa została zablokowana przez Administratora Bazy.

Informacje o usłudze

| | |
|---|--|
| Czy usługa może być dofinansowana? | Tak |
| Sposób dofinansowania | <ul style="list-style-type: none">wsparcie dla przedsiębiorców i ich pracowników |
| Rodzaj usługi | Usługa szkoleniowa |
| Podrodzaj usługi | Usługa szkoleniowa |
| Dostępność usługi | Otwarta |

| | | | |
|-------------------------------------|--------------------------------|-------------------------------|--------------------|
| Numer usługi | 2019/10/21/22655/475712 | | |
| Cena netto | 2 500,00 zł | Cena brutto | 3 075,00 zł |
| Cena netto za godzinę | 156,25 zł | Cena brutto za godzinę | 192,19 |
| Usługa z możliwością dofinansowania | Tak | | |
| Liczba godzin usługi | 16 | | |
| Termin rozpoczęcia usługi | 2019-12-02 | Termin zakończenia usługi | 2019-12-03 |
| Termin rozpoczęcia rekrutacji | 2019-10-21 | Termin zakończenia rekrutacji | 2019-11-22 |

| | |
|--|--|
| Maksymalna liczba uczestników | 12 |
| Kategoria główna KU | Usługi |
| Kategorie dodatkowe KU | Rozwój osobisty |
| Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych | Certyfikaty: Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0 |
| Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji lub części kwalifikacji zarejestrowanych w ZRK? | Nie |
| Czy usługa pozwala na uzyskanie kwalifikacji innych niż kwalifikacje zarejestrowane w ZRK? | Nie |
| Czy usługa prowadzi do nabycia kompetencji? | Tak |

Informacje o podmiocie świadczącym usługę

| | | | |
|-------------------|--|---------|------------------|
| Nazwa podmiotu | Warto Szkolić Sp. z o.o. Sp. K. | | |
| Osoba do kontaktu | Pracownik Wartoszkolić | Telefon | 883773963 |
| E-mail | bur@wartoszkolic.pl | | |

Cel usługi

Cel edukacyjny

Uczestnicy podczas szkolenia: W zakresie wiedzy: - Poznają narzędzia, które pozwolą im monitorować i analizować wyniki swojej pracy. - Poznają etapy stworzenia strategii marketingowej dopasowanej do potrzeb startupów. W zakresie umiejętności: - Nauczą się planować działania public relations, - Nauczą się współpracować z mediami, blogerami i influencerami W zakresie kompetencji: - Będą potrafili wykorzystać elementy storytellingu do budowania własnego wizerunku, - Będą potrafili wykorzystać elementy storytellingu do tworzenia ofert sprzedażowych.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Moduł I Po co startupowi strategia marketingowa i budowanie wizerunku

Moduł II Podstawowe pojęcia, które należy znać:

- 1. Czym jest Lean Startup
- 2. Growth Hacking
- 3. Design Thinking

Moduł III Jak ustalić strategię marketingową

- 1. analiza rynku, zasobów, kompetencji
- 2. segmentacja klientów
- 3. Konkurencja - co robi i czego mogę się od niej nauczyć
- 4. określenie oferty
- 5. wybór strategii
- 6. procesy wdrażania strategii
- 7. analiza rezultatów strategii

Moduł IV Jak planować działania PR z małym budżetem?

- 1. Nowe media – jak się odnaleźć w zmieniającej się rzeczywistości
- 2. Custom publishing, blogi, serwisy – własne centrum informacyjne
- 3. Jak dotrzeć do dziennikarzy
- 4. Jak dobrze wybrać media
- 5. Tworzenie skutecznej informacji prasowej
- 6. Dystrybucja treści
- 7. Nowoczesny PR – czym się charakteryzuje

Moduł V Co składa się na wizerunek startupu

Moduł VI Współpraca z blogerami, vlogerami i influencerami

Moduł VII Storytelling

1. Historie, które sprzedają
 2. Historie, które poruszyły świat
 3. Mit założycielski w startupie
 4. Zasady budowania historii
 5. Storytelling w budowaniu marki startupu
 6. Jak przedstawić wartości firmy w opowieści
 7. Storytelling w mediach społecznościowych

Moduł VIII Elevator Pitch - zasady tworzenia najlepszej „mowy windowej”

Moduł IX WWW - jakie informacje powinny się znaleźć

Moduł X copywriting - jak pisać, by czytali i kupowali

- 1. Zasady pisania tekstów w internecie - jak pisać, żeby zrozumieli
- 2. Język korzyści - czym jest i kiedy go stosować
- 3. Rodzaje treści w internecie - wywiady, poradniki, prezentacje, faq, teksty informacyjne, infografiki, video itd.zasady pisania do internetu
- 4. Struktura tekstów w serwisie internetowym

Moduł XI Komunikacja marketingowa w mediach społecznościowych

1. budowanie świadomości marki
2. wybór kanałów społecznościowych
3. sprzedaż usług
4. zasady działań w różnych kanałach społecznościowych

Moduł XII Analiza działań w internecie

1. monitoring internetu
2. analizowanie statystyk

Przy dofinansowaniu w wysokości co najmniej 70% szkolenie zostaje zwolnione z podatku VAT (na podstawie §3 ust.1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2015 r., poz.736)).

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Uczestnicy podczas szkolenia:

W zakresie wiedzy:

- Poznają narzędzia, które pozwolą im monitorować i analizować wyniki swojej pracy.
- Poznają etapy stworzenia strategii marketingowej dopasowanej do potrzeb startupów.

W zakresie umiejętności:

- Nauczą się planować działania public relations,
- Nauczą się współpracować z mediami, blogerami i influencerami

W zakresie kompetencji:

- Będą potrafili wykorzystać elementy storytellingu do budowania własnego wizerunku,
- Będą potrafili wykorzystać elementy storytellingu do tworzenia ofert sprzedażowych.

Grupa docelowa

Osoby planujące otworzyć własną działalność/firmę

Informacje dodatkowe

Warunkiem rozpoczęcia szkolenia jest, zebranie grupy min. 4 osobowej

Harmonogram

| LP | Przedmiot / Temat zajęć | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|-------------|-------------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| Brak danych | | | | | |

Osoby prowadzące usługę

| | |
|----------------------|---|
| Imię i nazwisko | Katarzyna Zych |
| Obszar specjalizacji | Wystąpienia publiczne, prezentacja, rozwój osobisty |

| | |
|---|--|
| Doświadczenie zawodowe | Jako trener, zrealizowała ponad 10 000 h szkoleniowych oraz doradczych. Pracuje zarówno z markami komercyjnymi jak i podmiotami ekonomii społecznej - udowadnia, że biznes może być dobry, a to, co społeczne może być również biznesem. Pozostaje aktywna na forum mediów branżowych tworząc m.in. artykuły dla magazynu Marketer+. Bywa, że staje oko w oko nie tylko z wyzwaniami biznesu, ale również ze studentami, realizując od 5 lat jako wykładowca - praktyk zajęcia z obszaru komunikacji interpersonalnej. |
| Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług | Strateg komunikacji marki, specjalista public relations, socjolog. Od ponad 9 lat związana z obszarem komunikacji marketingowej i kompetencji miękkich. Działa zgodnie z przekonaniem, że obecnie nie wystarczy, kiedy marki opowiadają własną historię - liczy się to, w jaki sposób działają |
| Wykształcenie | Absolwentka podyplomowych studiów „Akademia Trenera” Wyższej Szkoły Nauk Humanistycznych i Dziennikarstwa w Poznaniu; licencjat z zakresu Public Relations, wizerunku firmy i instytucji, projektowania komunikacji - absolwentka Dolnośląskiej Szkoły Wyższej we Wrocławiu; mgr socjologii - absolwentka jednolitych studiów magisterskich na kierunku socjologia, absolwentka studiów podyplomowych w zakresie marketingu internetowego w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu |

Lokalizacja usługi

| | |
|--|----------------------|
| Adres: Malbork, woj. pomorskie Szczegóły miejsca realizacji usługi: | Warunki logistyczne: |
|--|----------------------|