

SOCIAL MEDIA - czyli jak kreować sukces marki na facebooku i Instagramie

Usługa archiwalna

Informacje o usłudze

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

| | | | |
|-------------------------------------|-------------------------------|-------------------------------|-------------------|
| Numer usługi | 2019/11/18/6294/489095 | | |
| Cena netto | 780,00 zł | Cena brutto | 780,00 zł |
| Cena netto za godzinę | 48,75 zł | Cena brutto za godzinę | 48,75 |
| Usługa z możliwością dofinansowania | Tak | | |
| Liczba godzin usługi | 16 | | |
| Termin rozpoczęcia usługi | 2019-11-23 | Termin zakończenia usługi | 2019-11-24 |
| Termin rozpoczęcia rekrutacji | 2019-11-18 | Termin zakończenia rekrutacji | 2019-11-23 |
| Maksymalna liczba uczestników | 8 | | |
| Kategoria główna KU | Usługi | | |

| | |
|--|--|
| Podstawa uzyskania wpisu w zakresie świadczenia usług współfinansowanych | Akt prawny: posiada uprawnienia do świadczenia usług rozwojowych prowadzących do zdobycia lub potwierdzenia kwalifikacji nadawanych po ukończeniu kursów doszkalcających i szkoleń, o których mowa w art. 6 ust. 1 pkt 5 ustawy z dnia 27 lipca 2005 r. - Prawo o szkolnictwie wyższym |
| Zakres tematyczny | Art 2. paragraf 154 statutu UŁ: poza studiami, o których mowa w ust.1 Uniwersytet prowadzi także studia podyplomowe, kursy doszkalcające oraz szkolenia |
| 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 | Uniwersytet Łódzki | | |
| Osoba do kontaktu | Aneta Żak | Telefon | +48 601 080 326 |
| E-mail | aneta.zak@uni.lodz.pl | | |

Cel usługi

Cel biznesowy

Jak przygotować komunikat, co z nim dalej zrobić, jak zaintrygować odbiorcę i przede wszystkim w optymalny sposób zarządzać budżetem komunikacyjnym - tego dowiesz się podczas szkolenia. Szkolenie pozwala na zdobycie praktycznych kompetencji związanych z budowaniem marki w social media. Planowanie, zarządzanie i kontrola to tylko trzy z wielu elementów strategii zarządzania mediami społecznościowymi. Silna pozycja konkurencyjna firmy jest dziś nierozzerwalnie związana z jej wizerunkiem i postrzeganiem przez szeroko pojęte otoczenie ze szczególnym naciskiem na jej klientów. Mnogość produktów na rynku powoduje, że decyzje zakupowe podejmowane są bardzo często pod wpływem emocji i skojarzeń z daną marką. Dlatego tak istotne są działania mające na celu pozostawanie w możliwie najbliższym kontakcie z klientami i budowanie marki w połączeniu z ich codziennością. Poprzez social media kontakt z klientem może przybierać formę real time marketing, czyli optymalizować szybkość reakcji firmy na wydarzenia, jakie stają się często jej udziałem. Social media to już nieodłączny atrybut naszej rzeczywistości. Liczba użytkowników mediów społecznościowych w Polsce ciągle rośnie.

Szczegółowe informacje o usłudze

Ramowy program usługi

Dwa intensywne dni szkoleniowe pozwolą uczestnikom na poznanie najlepszych obecnie dostępnych na rynku rozwiązań i technik, z których można korzystać w celu budowania silnych marek oraz pozycji konkurencyjnej firmy w social media.

- Znaczenie inbound marketingu w nowoczesnych strategiach firmy opartych na permission marketing. Sposoby inspirowania klienta do poszukiwania informacji oraz strategie ich udostępniania. Kreowanie wizerunku firmy przy wykorzystaniu inbound marketingu.
- Jak skutecznie komunikować się za pomocą portali społecznościowych? Facebook i Instagram, jako medium komunikacji wielowątkowej – charakterystyka oraz zasady kreowania silnych relacji z klientem przy jego wykorzystaniu.
- Budowanie więzi z klientem poprzez tworzenie strategii komunikacyjnych opartych na działaniach z zakresu social media marketing. Jak poprawić, wykreować lub umocnić swój wizerunek z pomocą social media?
- Budowanie zaufania klienta w Internecie. Jak zachęcić klienta do interaktywności i zagościć w jego psychice – metody i techniki psychologicznej perswazji online?
- Charakterystyka facebookowiczów i folloersów, oraz ich segmentacja. Jak zbudować lojalność klienta przy wykorzystaniu fanpage’a i profilu na IG?
- Tworzenie contentu strony www pod kątem kreowania więzi społecznościowych. Serwisy firmowe oddawane w ręce klientów – kreowanie treści poprzez udostępnienie klientom możliwości jej współtworzenia.
- Social Media, a Social Media Marketing – determinanty rozwoju, aktualna sytuacja oraz prognozy rozwoju i szanse dla marek.
- Wpadki i sukcesy organizacji aktywnie korzystających z portali społecznościowych. Najczęściej popełniane błędy przy konstruowaniu strategii komunikacyjnych opartych o portale społecznościowe. Sukcesy marek wykreowane za pomocą portali społecznościowych. Jak sprzedawać i zarabiać na portalach społecznościowych?
- Wykorzystanie facebooka i Instagrama, jako medium łączącego rynek klasyczny z wirtualnym. Zasady tworzenia skutecznego fanpage i profilu na IG, metody sprawdzania skuteczności działań podejmowanych na facebooku i IG.
- Tworzenie projektów kampanii opartych o aplikacje facebookowe i Instagram.
- Livecast, youtube, livestream – porównanie efektywności oraz technik stymulowania zainteresowania narzędziami. Jak przygotować materiał w sposób taki, by zainteresował on odbiorcę i zachęcił do regularnego korzystania z tych narzędzi?
- Przegląd kampanii wykorzystujących social media marketing – analiza porównawcza, czynniki sukcesu kampanii oraz powody porażek. Marketing mobilny – ocena efektywności stosowania aplikacji mobilnej oraz wersji lajt serwisów informacyjnych i transakcyjnych.

Efekty usługi (produkty), efekty uczenia się/kształcenia

Jakie umiejętności zdobędzie uczestnik szkolenia:

- tworzenie strategii wykorzystujących social media
- budowanie społeczności w social media i relacji z nią
- tworzenie komunikatów angażujących do mediów społecznościowych
- tworzenie społeczności responsywnej
- łączenie działań w różnych kanałach social media
- zarządzanie budżetem na działania w nowych mediach
- zarządzanie sytuacją kryzysową w mediach społecznościowych

Grupa docelowa

Do udziału w szkoleniu zapraszamy:

- osoby, które są na początku swojej drogi w social media lub czują, że ich działania nie przynoszą oczekiwanych efektów
- mikroprzedsiębiorców, właścicieli firm, pracowników działu marketingu
- osoby, które chcą się rozwijać i zdobywać wiedzę z zakresu budowania marki w social media

Harmonogram

| LP | Przedmiot / Temat zajęć | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----|--|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 | Znaczenie inbound marketingu w nowoczesnych strategiach firmy opartych na permission marketing | 2019-11-23 | 09:00 | 10:30 | 1:30 |
| 2 | Jak skutecznie komunikować się za pomocą portali społecznościowych? Facebook i Instagram, jako medium komunikacji wielowątkowej | 2019-11-23 | 10:30 | 12:00 | 1:30 |
| 3 | Budowanie więzi z klientem poprzez tworzenie strategii komunikacyjnych opartych na działaniach z zakresu social media marketing. | 2019-11-23 | 12:00 | 13:30 | 1:30 |
| 4 | Charakterystyka facebookowiczów i folloersów, oraz ich segmentacja. | 2019-11-23 | 13:30 | 15:00 | 1:30 |
| 5 | Tworzenie contentu strony www pod kątem kreowania więzi społecznościowych. | 2019-11-23 | 15:00 | 17:00 | 2:00 |
| 6 | Social Media, a Social Media Marketing | 2019-11-24 | 09:00 | 10:30 | 1:30 |
| 7 | Tworzenie projektów kampanii opartych o aplikacje facebookowe i Instagram | 2019-11-24 | 10:30 | 12:00 | 1:30 |
| 8 | Livecast, youtube, livestream – porównanie efektywności | 2019-11-24 | 12:00 | 13:30 | 1:30 |
| 9 | Wpadki i sukcesy organizacji aktywnie korzystających z portali społecznościowych. | 2019-11-24 | 13:30 | 15:00 | 1:30 |

| LP | Przedmiot / Temat zajęć | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|----|--|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 10 | Przegląd kampanii wykorzystujących social media marketing – analiza porównawcza, | 2019-11-24 | 15:00 | 17:00 | 2:00 |

Osoby prowadzące usługę

| | |
|---|--|
| Imię i nazwisko | Kinga Stopczyńska |
| Obszar specjalizacji | Prowadzi projekty z zakresu audytu działań w social media jak i przygotowuje strategie kreowania wizerunku marek właśnie w Social Media lub działań hybrydowych łączących nowe media z mediami klasycznymi. Jest autorką ponad 40 publikacji z zakresu PR z naciskiem na Social Media PR i Influencer marketing. W roku 2017 na rynku ukazała się książka jej autorstwa „Kreowanie wizerunku marki przy wykorzystaniu nowoczesnych form komunikacji marketingowej”. Jest twórczynią administratorką Fanpage’a o liczebności ponad 105 000 fanów, regularnie pracująca z klientem w Nowych Mediach. Jako jedna z niewielu osób zajmujących się PR specjalizuje się także w kryzysowym Public Relations. |
| Doświadczenie zawodowe | Wykładowca w Katedrze Marketingu Uniwersytetu Łódzkiego. Trener z zakresu Public Relations, NLP, CRM, CSR, technik sprzedaży oraz budowania marek przy wykorzystaniu Social Media. |
| Doświadczenie w świadczeniu tego typu usług | Od roku 2009 związana zawodowo i naukowo z Wydziałem Zarządzania UŁ, będąc wykładowcą w Katedrze Marketingu. |
| Wykształcenie | W 2004r. obroniła tytuł doktora nauk o zarządzaniu na podstawie rozprawy doktorskiej na temat: Sponsoring jako narzędzie kreowania wizerunku organizacji napisanej pod kierunkiem prof. zw. dr hab. Bogdana Gregora. |

Lokalizacja usługi

Adres:

**Jana Matejki 22/26
90-237 Łódź, woj. łódzkie**

Szczegóły miejsca realizacji usługi:

Nr sali zostanie podany na miejscu szkolenia.

Warunki logistyczne:

**Udogodnienia dla osób z
niepełnosprawnościami, Wi-fi**