



Smart Idea Spółka z ograniczoną odpowiedzialnością



Marketing w branży HoReCa: od teorii do skutecznej praktyki - szkolenie

Numer usługi 2023/04/03/51136/1765530

📍 Olsztyn / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 24.05.2024 do 26.05.2024

5 000,00 PLN brutto

5 000,00 PLN netto

178,57 PLN brutto/h

178,57 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie skierowane jest do osób, zajmujących się lub planujących zająć się budowaniem marki, budowaniem strategii marketingowej, chcący rozwinąć widoczność w sieci, a także zainteresowani zwiększeniem swoich umiejętności w tym zakresie.
Minimalna liczba uczestników	6
Maksymalna liczba uczestników	12
Data zakończenia rekrutacji	23-05-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	28
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat VCC Akademii Edukacyjnej

Cel

Cel edukacyjny

Usługa prowadzi do samodzielnego opanowania strategii marketingowych, ze szczególnym uwzględnieniem branży HoReCa, umożliwiając skuteczne zarządzanie kampaniami reklamowymi, budowanie pozytywnej reputacji online oraz kreowanie angażującej treści na platformach społecznościowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Charakteryzuje marketing w kontekście branży HoReCa i rozróżnia kluczowe różnice w podejściu do marketingu w porównaniu z innymi sektorami	definiuje marketing w kontekście restauracji i hoteli, uwzględniając specyfikę branży HoReCa	Test teoretyczny
	wyróżnia kluczowe cechy marketingu w branży HoReCa, takie jak sezonowość, gościnność i doświadczenie klienta	Test teoretyczny
	porównuje podejście do marketingu w branży HoReCa z innymi sektorami, wskazując na główne różnice	Test teoretyczny
	omawia wyzwania i możliwości związane z prowadzeniem działań marketingowych w branży HoReCa	Test teoretyczny
	identyfikuje narzędzia i strategie marketingowe odpowiednie dla restauracji i hoteli	Test teoretyczny
	analizuje trendy marketingowe w branży HoReCa i ich wpływ na sposób prowadzenia działalności	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje potrzeby klientów i segmentuje rynek w branży HoReCa, tworząc personę klienta	przeprowadza badania rynku, uwzględniając analizę konkurencji, identyfikację trendów i ocenę preferencji klientów	Wywiad swobodny
	dokonuje segmentacji rynku na podstawie demograficznych, behawioralnych i psychograficznych cech klientów	Wywiad swobodny
	kreuje realistyczne persony klientów, odzwierciedlające różnorodność grup docelowych	Wywiad swobodny
	wykorzystuje narzędzia i metody badawcze, takie jak ankiety, wywiady i obserwacje, w procesie poznawania potrzeb klientów	Wywiad swobodny
	identyfikuje kluczowe czynniki determinujące decyzje zakupowe klientów w branży HoReCa	Wywiad swobodny
Projektuje strategie Social Media Marketingu dla branży HoReCa, w tym kreowanie angażującej treści na różnych platformach społecznościowych	formułuje strategie marketingowe oparte na zrozumieniu potrzeb i preferencji klientów oraz ich segmentacji	Wywiad swobodny
	analizuje specyfikę różnych platform społecznościowych pod kątem ich zastosowania w branży HoReCa	Wywiad swobodny
	planuje strategie promocji dostosowane do poszczególnych platform, uwzględniając charakterystykę ich użytkowników	Wywiad swobodny
	optymalizuje harmonogram publikacji treści, uwzględniając najlepsze czasy i dni dla danego typu treści i grupy docelowej	Wywiad swobodny
	monitoruje wskaźniki zaangażowania (engagement), zasięg i konwersje, analizując skuteczność poszczególnych kampanii i treści	Wywiad swobodny
	reaguje na interakcje użytkowników, angażując się w dialog i budując pozytywne relacje z klientami	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy materiały foto i wideo w branży HoReCa, wykorzystując odpowiednie narzędzia i techniki	stosuje zasady kompozycji i oświetlenia w celu uzyskania atrakcyjnych i apetycznych zdjęć potraw oraz wnętrz	Wywiad swobodny
	wykorzystuje oprogramowanie do edycji zdjęć i filmów, w tym narzędzia do retuszu, korekcji kolorów i montażu	Wywiad swobodny
	dopasowuje styl i ton materiałów wizualnych do identyfikacji wizualnej restauracji/hotelu oraz preferencji grupy docelowej	Wywiad swobodny
	ocenia efektywność materiałów wizualnych na podstawie reakcji klientów i wskaźników zaangażowania online	Wywiad swobodny
Projektuje i optymalizuje kampanie reklamowe na Facebooku w branży HoReCa	tworzy klarowne cele kampanii reklamowej, uwzględniając zarówno cele biznesowe, jak i oczekiwania klientów	Wywiad swobodny
	dobiera odpowiednie narzędzia i formaty reklamowe, które najlepiej odpowiadają charakterowi restauracji/hotelu i preferencjom grupy docelowej	Test teoretyczny
	monitoruje wydatki reklamowe oraz analizuje wskaźniki efektywności, takie jak CPC (koszt kliknięcia) czy ROAS (zwrot z inwestycji w reklamę)	Wywiad swobodny
	optymalizuje targetowanie reklam, wykorzystując zaawansowane opcje dotyczące demografii, zainteresowań i zachowań użytkowników	Wywiad swobodny
	testuje różne warianty reklam, takie jak tytuły, obrazy i treści, w celu znalezienia optymalnej kombinacji dla najwyższej skuteczności	Wywiad swobodny
	dostosowuje strategię reklamową na podstawie analizy wyników, wprowadzając ulepszenia i optymalizując budżet reklamowy	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zarządza opiniami na Google, budując pozytywną reputację restauracji/hotelu	monitoruje regularnie opinie klientów na platformie google, reagując na nie w szybki i profesjonalny sposób	Wywiad swobodny
	buduje relacje z klientami poprzez osobiste odpowiedzi na pozytywne opinie, dziękując za pozytywne doświadczenia	Wywiad swobodny
	rozwiązuje konflikty i negatywne opinie w sposób empatyczny i konstruktywny, dbając o pozytywne wrażenie klientów	Wywiad swobodny
	dba o regularne aktualizacje profilu firmy w social mediach, wzbogacając go o najświeższe informacje, zdjęcia i godziny otwarcia	Wywiad swobodny
	stosuje strategie promocyjne, takie jak zachęty do wystawiania opinii czy programy lojalnościowe, w celu zdobywania pozytywnych recenzji	Wywiad swobodny
Wykorzystuje kwestie pijarowe w marketingu branży HoReCa w celu budowania marki osobistej i organizacji wydarzeń promocyjnych	buduje autentyczną markę osobistą, opartą na wiedzy i doświadczeniu w branży HoReCa, komunikując się z klientami jako ekspert	Wywiad swobodny
	planuje i organizuje wydarzenia promocyjne, uwzględniając preferencje i oczekiwania grupy docelowej oraz cele biznesowe firmy	Wywiad swobodny
	współpracuje z mediami i influencerami, budując strategiczne relacje partnerskie w celu zwiększenia zasięgu promocji	Wywiad swobodny
	kreatywnie wykorzystuje możliwości PR i reklamy, aby wypromować wydarzenia i akcje promocyjne, generując zainteresowanie i zaangażowanie klientów	Wywiad swobodny
	angażuje personel w promocję wydarzeń, motywując go do aktywnego uczestnictwa i promowania marki restauracji/hotelu	Wywiad swobodny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Analizuje udane strategie marketingowe w branży HoReCa oraz formułuje własny plany działania	identyfikuje kluczowe czynniki sukcesu kampanii marketingowych, analizując ich strategię, działania i efekty	Wywiad swobodny
	stosuje zdobytą wiedzę do opracowania własnych planów działania, uwzględniając unikalne cechy restauracji/hotelu i jego otoczenie rynkowe	Wywiad swobodny
	dyskutuje nad wyzwaniami i możliwościami dla konkretnej restauracji/hotelu, adaptując strategie marketingowe do indywidualnych potrzeb i celów biznesowych	Wywiad swobodny
	współpracuje z zespołem oraz interesariuszami w procesie formułowania i wdrażania planów działania, zapewniając ich zrozumienie i zaangażowanie	Wywiad swobodny
	monitoruje wyniki działań i dokonuje regularnych ocen skuteczności, dostosowując strategie marketingowe w oparciu o uzyskane wyniki i feedback od klientów	Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Dokumenty potwierdzający uzyskanie kompetencji - zaświadczenie o ukończeniu szkolenia - zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji. Kryteria weryfikacji zostały wskazane do każdego efektu uczenia się.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Zaświadczenie o ukończeniu szkolenia potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Szkolenie skierowane jest do osób, zajmujących się lub planujących zająć się budowaniem marki, budowaniem strategii marketingowej, chcący rozwinąć widoczność w sieci, a także zainteresowani zwiększeniem swoich umiejętności w tym zakresie.

Wymagania wstępne: brak.

Ramowy program zajęć:

1. Wprowadzenie do marketingu w branży HoReCa

- Definicja marketingu w kontekście restauracji i hoteli.
- Kluczowe różnice w podejściu do marketingu w branży horeca w porównaniu z innymi sektorami (hospitality)
- Główne problemy w podejściu do marketingu w branży

2. Zrozumienie klienta

- Badania rynku: analiza konkurencji, segmentacja rynku, określenie grup docelowych.
- Kreowanie persona klienta: potrzeby, preferencje, zwyczaje zakupowe.

3. Social Media Marketing w branży HoReCa

- Przegląd najpopularniejszych platform społecznościowych i benchmarków w branży
- Strategie promocji na Facebook, Instagram, itp.
- Kreowanie angażującej treści: zdjęcia, filmy, storytelling.

4. Tworzenie materiałów foto i wideo

- Zasady efektywnego fotografowania i filmowania potraw, wnętrz restauracji/hotelu.
- Narzędzia i techniki edycji zdjęć i filmów.
- Wartość dodana przez profesjonalne materiały wizualne.

5. Reklamy płatne na Facebook

- Podstawy tworzenia kampanii reklamowych.
- Optymalizacja targetowania i budżetu.
- Analiza wyników i dostosowywanie strategii.

6. Zarządzanie opiniami na Google

- Wpływ opinii klientów na reputację restauracji/hotelu.
- Strategie reagowania na pozytywne i negatywne opinie.
- Budowanie zaufania poprzez odpowiednią komunikację online.

7. Kwestie pijarowe w marketingu HoReCa

- Budowanie marki osobistej jako eksperta w branży.
- Organizowanie wydarzeń i akcji promocyjnych.
- Skuteczna komunikacja z mediami i influencerami.

8. Analiza przypadków

- Studium przypadków udanych strategii marketingowych w branży HoReCa
- Przykłady RTM
- Dyskusja nad wyzwaniem i możliwościami dla każdej restauracji/hotelu.

9. Warsztaty praktyczne

- Praktyczne ćwiczenia z tworzenia treści na różne platformy społecznościowe.
- Szkolenie z obsługi narzędzi do edycji zdjęć i filmów.
- Przygotowywanie i uruchamianie kampanii reklamowych na Facebook.

10. Analiza działań

- Ocena i analiza aktualnych działań marketingowych uczestników.
- Indywidualne wskazówki i porady dotyczące optymalizacji strategii marketingowej.

11. Tworzenie planu działania

- Opracowanie konkretnego planu marketingowego dla każdego uczestnika.
- Określenie celów, strategii i działań niezbędnych do osiągnięcia sukcesu w marketingu online i offline.

12. Podsumowanie

WALIDACJA

Walidacja polega na wypełnieniu testu wiedzy i udzieleniu odpowiedzi podczas wywiadu z osobą przeprowadzającą walidację.

Szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych, tj. 1h = 45 min. W trakcie szkolenia zaplanowano wykorzystanie następujących metod teoretycznych: wykład, metody podające, pogadanka, dyskusja. Szkolenie w co najmniej 80% realizowane metodą warsztatową, dostosowaną do potrzeb odbiorców.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Wprowadzenie do marketingu w branży HoReCa. Zrozumienie klienta	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	08:30	10:45	02:15
2 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	10:45	10:50	00:05
3 z 22 Social Media Marketing w branży HoReCa. Tworzenie materiałów foto i wideo - cz. 1	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	10:50	12:20	01:30
4 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	12:20	12:35	00:15
5 z 22 Reklamy płatne na Facebook	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	12:35	14:05	01:30
6 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	14:05	14:15	00:10
7 z 22 Zarządzanie opiniami na Google	Róża Derbash-Rybak	24-05-2024	14:15	16:30	02:15
8 z 22 Kwestie pijarowe w marketingu HoReCa	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	08:30	10:45	02:15
9 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	10:45	10:50	00:05

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 22 Analiza przypadków	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	10:50	12:20	01:30
11 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	12:20	12:35	00:15
12 z 22 Warsztaty praktyczne - cz. 1	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	12:35	14:05	01:30
13 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	14:05	14:15	00:10
14 z 22 Warsztaty praktyczne - cz. 2	Róża Derbash-Rybak	25-05-2024	14:15	15:45	01:30
15 z 22 Warsztaty praktyczne - cz. 3	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	08:30	10:45	02:15
16 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	10:45	10:50	00:05
17 z 22 Warsztaty praktyczne - cz. 4	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	10:50	12:20	01:30
18 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	12:20	12:35	00:15
19 z 22 Analiza działań. Tworzenie planu działania	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	12:35	14:05	01:30
20 z 22 Przerwa	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	14:05	14:15	00:10
21 z 22 Podsumowanie	Róża Derbash-Rybak	26-05-2024	14:15	15:15	01:00
22 z 22 Walidacja	-	26-05-2024	15:15	15:45	00:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
-------------	------

Koszt usługi brutto	5 000,00 PLN
Koszt usługi netto	5 000,00 PLN
Koszt godziny brutto	178,57 PLN
Koszt godziny netto	178,57 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Róża Derbash-Rybak

Specjalistka od marketingu. Z zawodu HR-owiec, jednak od dawna zakotwiczona w branży marketingowej oraz mediach społecznościowych, w zakresie których współpracowała z licznymi olsztyńskimi restauracjami, obiektami hotelowymi i rozrywkowymi.

Autorka profili Gastronautka oraz Olsztyn Tasty - olsztyńskich blogów foodie, na którym od lat trafnie opisuje ciekawe aspekty olsztyńskiej gastronomii. Współzałożycielka Taste Content - agencji marketingowej dedykowanej dla branży HoReCa. Posiada wieloletnie doświadczenie w pracy w gastronomii, w marketingu kieruje się działaniami strategicznymi, wyprzedzając trendy, kreuje świadomość marki. Tworzy content, komunikację marki, buduje strategię wizerunku. Działa koncepcyjnie, z pełnym wsparciem dla restauracji, od konsultacji, analizy, opracowania strategii i działań marketingowych po kwestie wykonawcze.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Materiały potrzebne do realizacji szkolenia zapewnia organizator. W trakcie szkolenia Uczestnicy będą korzystać z materiałów zapewnionych przez organizatora. Podczas szkolenia Uczestnik otrzymuje skrypt z miejscem na notatki i długopis. Uczestnicy muszą posiadać telefon typu SMARTFON z dostępem do Internetu.

Warunki uczestnictwa

W przypadku szkoleń dofinansowanych warunkiem uczestnictwa w szkoleniach jest założenie przez Uczestnika konta w Bazie Usług Rozwojowych oraz spełnienie warunków, które są przedstawione przez danego Operatora, do którego składane są dokumenty o dofinansowanie do usługi rozwojowej

Informacje dodatkowe

Usługa realizowana jest w godzinach dydaktycznych (1godz. = 45 min.). Podczas szkolenia przewidziano przerwy.

Adres

ul. Marii Curie-Skłodowskiej 18/20/1

10-110 Olsztyn

woj. warmińsko-mazurskie

Sala szkoleniowa

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Laboratorium komputerowe

Kontakt



Magdalena Makarewicz

E-mail magdalena.makarewicz@smartszkolenia.pl

Telefon (+48) 785 040 500