



Waves Group
Marcin Kasperski



Zbuduj silną markę w social media - Kluczowe Strategie i Taktyki Osobistego i Biznesowego Brandingu Online

Numer usługi 2024/04/10/39172/2119826

📍 Poznań / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 39 h

📅 12.08.2024 do 16.08.2024

5 820,00 PLN brutto

5 820,00 PLN netto

149,23 PLN brutto/h

149,23 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>"Szkolenie z Budowania Silnej Marki w Social Media" jest dedykowane wszystkim osobom i firmom, które chcą skutecznie wykorzystać potencjał mediów społecznościowych w celu budowania i wzmacniania swojej marki. W szczególności adresowane jest do:</p> <ul style="list-style-type: none">• Przedsiębiorców i właścicieli firm,• Specjalistów ds. marketingu i mediów społecznościowych,• Osób pracujących w dziale komunikacji i PR,• Freelancerów i kreatywnych profesjonalistów
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	13
Data zakończenia rekrutacji	11-08-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	39
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Celem szkolenia jest umożliwienie uczestnikom zrozumienia roli mediów społecznościowych w budowaniu marki oraz przekazanie praktycznych umiejętności, takich jak tworzenie strategii, kreowanie treści i analiza danych. Dodatkowo, ma ono na celu doskonalenie umiejętności komunikacji online i optymalizację działań w social media dla lepszych rezultatów biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Świadome wykorzystanie mediów społecznościowych do budowy i wzmocnienia marki.	Badanie zaangażowania i aktywności na platformach społecznościowych za pomocą narzędzi do analizy danych	Wywiad swobodny
Tworzenie spójnych strategii działania zgodnych z celami biznesowymi.	Przeprowadzenie audytu strategii mediów społecznościowych	Wywiad swobodny
Kreowanie wartościowych treści, budujących zaufanie i angażujących społeczność online.	Ocena wskaźników zaangażowania	Prezentacja
Skuteczne monitorowanie i analizowanie wyników działań, dostosowywanie strategii dla lepszych rezultatów.	Analiza konwersji i wskaźników kluczowych wyznaczonych w celach biznesowych za pomocą narzędzi do śledzenia konwersji	Prezentacja
Doskonalenie umiejętności komunikacji online, budowanie pozytywnego wizerunku marki.	Ocena jakości komunikacji i interakcji online poprzez analizę tonu, treści i odpowiedzi na platformach społecznościowych, a także wykorzystanie narzędzi do monitorowania wizerunku marki	Prezentacja
Osiąganie lepszych wyników biznesowych poprzez efektywne wykorzystanie potencjału mediów społecznościowych.	Analiza wskaźników biznesowych, takich jak wzrost zasięgu, generowanie leadów i przychody, przy użyciu narzędzi do analizy biznesowej	Prezentacja
Plan działania komunikacyjne dopasowane do danej marki	Przeprowadza analizę konkurencji w zakresie oceny komunikacji	Test teoretyczny
	Dobiera komunikaty do odbiorcy dzięki temu dociera do grupy docelowej, wpływa na decyzje klientów.	Test teoretyczny
	Diagnostuje i eliminuje błędy w komunikacji marketingowej marki.	Test teoretyczny
Tworzy Strategię Komunikacji Marki	Dopasowuje sposoby komunikacji do procesów decyzyjnych klientów.	Test teoretyczny
	Eliminuje błędy komunikacji marketingowej marki.	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Każdy uczestnik otrzymuje zaświadczenie zawierające efekty uczenia się.

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

Tak, zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

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

Tak, zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Głównym celem szkolenia "Zbuduj silną Markę w social mediach" jest zwiększenie skuteczności działań w mediach społecznościowych w kontekście budowy i wzmacniania marki. Poprzez zdobycie wiedzy i umiejętności związanych z efektywnym wykorzystaniem mediów społecznościowych, uczestnicy szkolenia mogą przyczynić się do osiągnięcia następujących celów:

- Poprawa rozpoznawalności marki poprzez regularną obecność i angażującą treść na platformach społecznościowych.
- Wykorzystanie mediów społecznościowych jako kanału dystrybucji i promocji produktów/usług w celu zwiększenia sprzedaży.
- Tworzenie relacji i budowanie zaangażowania z klientami poprzez interakcję i dialog na platformach społecznościowych.
- Budowanie reputacji marki poprzez dostarczanie wartościowej treści, aktywne reagowanie na opinie klientów i budowanie społeczności online.
- Budowanie lojalności i zaangażowania klientów poprzez dostarczanie im wartościowej treści, ekskluzywnych ofert i osobistego zaangażowania na platformach społecznościowych.
- Optymalizacja wydatków marketingowych poprzez skuteczne wykorzystanie mediów społecznościowych jako kanału marketingowego.

Poprzez realizację ww. celów, szkolenie przyczynia się do wzrostu sukcesu i konkurencyjności firm na rynku poprzez wykorzystanie potencjału mediów społecznościowych w budowaniu i wzmacnianiu marki.

Dzień 1:

Moduł 1: Wprowadzenie do budowania silnej marki w social media

- Omówienie znaczenia mediów społecznościowych w marketingu i budowaniu marki
- Przedstawienie głównych celów biznesowych związanych z działaniami w social media

Moduł 2: Definiowanie celów i identyfikacja platform

- Proces definiowania celów biznesowych związanych z marką w social media
 - Analiza różnych platform społecznościowych i ich zastosowań w kontekście celów biznesowych
 - Ćwiczenia praktyczne: określenie celów i wybór odpowiednich platform dla przykładowych scenariuszy biznesowych

Dzień 2:

Moduł 3: Kreowanie spójnej strategii

- Elementy spójnej strategii marki w social media

- Opracowywanie planu działań i harmonogramu publikacji
- Studium przypadków: analiza strategii różnych marek w social media

Moduł 4: Kreowanie wartościowych treści

- Strategie tworzenia angażującej treści dla różnych platform społecznościowych
 - Praktyczne wskazówki dotyczące kreowania treści i grafik
 - Ćwiczenia: tworzenie przykładowych treści zgodnych z wypracowaną strategią

Dzień 3:

Moduł 5: Interakcja i zaangażowanie

- Znaczenie aktywnego uczestnictwa i interakcji z użytkownikami na platformach społecznościowych
 - Skuteczne zarządzanie komunikacją i reagowanie na feedback społeczności
 - Studium przypadków: analiza skutecznych interakcji marki z użytkownikami

Moduł 6: Analiza i optymalizacja

- Narzędzia i metryki do monitorowania i analizy wyników działań w social media
 - Interpretacja danych i dostosowywanie strategii w oparciu o wyniki analizy
 - Ćwiczenia: analiza danych i identyfikacja obszarów do optymalizacji dla przykładowych przypadków biznesowych

Dzień IV:

Moduł 7: Budowanie społeczności i lojalności

- Strategie budowania społeczności online i zwiększania lojalności klientów
- Techniki angażowania społeczności i budowania więzi z klientami
- Analiza przypadków sukcesu w budowaniu społeczności online

Moduł 8: Wykorzystanie reklamy w mediach społecznościowych

- Omówienie różnych form reklamy w mediach społecznościowych (np. reklamy PPC, reklamy sponsorowane, promowane posty)
 - Praktyczne wskazówki dotyczące planowania, tworzenia i monitorowania kampanii reklamowych
 - Analiza przypadków reklamowych sukcesów i porażek

Każdy moduł będzie zawierał prezentacje, ćwiczenia praktyczne, dyskusje grupowe oraz studia przypadków, aby umożliwić uczestnikom praktyczne przyswojenie wiedzy i umiejętności związanych z budowaniem silnej marki w social media.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 820,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 820,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	149,23 PLN
Koszt osobogodziny netto	149,23 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Aleksandra Andrzejak

Związana z branżą od 2017 roku. Doświadczenie zdobywała w agencjach reklamowych i wewnętrznych działach marketingu, aż w 2019 podjęła decyzję o założeniu własnej działalności. Przez lata wspierała marketingowo zarówno globalnych gigantów, jak i mniejsze, lokalne biznesy. Współpracowała jako content creator i copywriter między innymi z takimi markami jak: Sephora, NIVEA, Skoda, VWFS, Mercedes-Benz Duda-Cars, Amica, Intermarche, Biżuteria YES, Biżuteria Verona, Puro Hotel, Burda Media Polska Sp. z o.o., Kajo Jewels, Cuori e Picche, i agencjami: Dot Relations, Brandy.to, Golden Submarine. Dodatkowo prowadzi zajęcia na Wydziale Nauk Politycznych i Dziennikarstwa, na Uniwersytecie im. Adama Mickiewicza w Poznaniu.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Indywidualne długopisy, kartki, markery i inne jednorazowe pomoce dydaktyczne. Prezentacja oraz materiały opracowane przez trenera, wspierające uczestników podczas i po szkoleniu.

Informacje dodatkowe

Szkolenie liczone jest w godzinach lekcyjnych.

Szkolenie zostało zaprojektowane w oparciu o analizę potrzeb klienta.

Metody i tematyka są dopasowane do indywidualnych potrzeb uczestników oraz potrzeb i celów strategicznych firmy.

Na podstawie § 3 ust. 1 pkt 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. usługa dofinansowana w min. 70 % będzie zwolniona z VAT.

Adres

ul. Strzeszyńska 200
60-649 Poznań
woj. wielkopolskie

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi
- Sala spełnia standardy epidemiologiczne COVID-19

Kontakt



Angelika Stawrakakis

E-mail klienci@waves-group.pl

Telefon (+48) 660 450 919