



## Influencer marketing - Komunikowanie wizerunku marki przy pomocy liderów opinii - szkolenie

Numer usługi 2024/05/20/9718/2155718

2 214,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

221,40 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

ZWIĄZEK  
PRACODAWCÓW  
BRANŻY  
INTERNETOWEJ  
INTERACTIVE  
ADVERTISING  
BUREAU POLSKA



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym  
🏠 Usługa szkoleniowa  
🕒 10 h  
📅 12.09.2024 do 13.09.2024

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie adresujemy do: <ul style="list-style-type: none"><li>marketerów, którzy nie mają doświadczenia we współpracy z influencerami</li><li>pracowników agencji reklamowych odpowiedzialnych za komunikację marek, którzy planują rozpocząć współpracę z influencerami</li><li>kadry zarządzającej, która planuje strategię komunikacji z wykorzystaniem współpracy z influencerami</li><li>właścicieli MSP, którzy chcą poznać zagadnienia współpracy z influencerami</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	4
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	15
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	11-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	10
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## **Cel edukacyjny**

Usługa przygotowuje do samodzielnego nawiązywania współpracy z influencerami do prowadzenia komunikacji marki, przy równoczesnym przestrzeganiu wytycznych i regulacji prawnych, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści.

## **Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji**

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<p>opracowuje brief kampanii marketingowej bazującej na influencerach i tworzy interesującą i angażującą dla odbiorcy treść.</p>	Test teoretyczny
	<p>kształtuje zasady współpracy z influencerami zapewniające autentyczność (znajomość produktu), powtarzalność (identyfikacja z konkretną marką), otwartość i elastyczność (wykorzystywanie nowych form i pomysłów), przyzwyczajenie (rytm prezentowania treści przez konkretnego influencerę).</p>	Test teoretyczny
<p>posługuje się wiedzą z zakresu prowadzenia działań marketingowych z wykorzystaniem influencerów</p>	<p>Określa kryteria doboru influencerów zgodnie z celami kampanii w zakresie zasięgu, relacji z marką, wartości dla odbiorców, tematyki, preferowanego formatu treści, platformy komunikacji i motywacji.</p>	Test teoretyczny
	<p>Rekomenduje influencerów i formalizując z nimi współpracę przestrzega wytycznych i regulacji prawnych, w szczególności w zakresie promocji niektórych produktów oraz ochrony praw konsumentów, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści o charakterze sprzecznym z ogólnie przyjętymi normami społecznymi, w tym promujących zachowania mogące zagrażać zdrowiu lub życiu.</p>	Test teoretyczny
	<p>Definiuje wskaźniki efektywności kampanii, monitoruje i raportuje ich realizację, a także wskazuje możliwości ich optymalizacji.</p>	Test teoretyczny
	<p>Monitoruje sposób pracy influencerów oraz publikowane treści, w szczególności w zakresie przestrzegania norm prawnych i etycznych.</p>	Test teoretyczny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

## Warunki uznania kompetencji

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

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi 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 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?**

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

# Program

## MODUŁ 1 - Wprowadzenie - 30 min.

1. Konsumpcja mediów w Polsce - najważniejsze zmiany, trendy i wynikające z nich implikacje
2. Fenomen influencerów – co wiemy o influencerach i ich fanach z danych i badań, udział influencerów w kulturze i życiu publicznym, ekonomia twórców

## MODUŁ 2 - Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) - 1 godz. 55 min.

1. definicja i "składowe" influencera - co odróżnia influencerów od innych "narzędzi" marketingowych
  2. dobór wizerunku influencera do celu, marki i grupy docelowej, typologia wizerunków twórców
  3. zasięg w influencer marketingu - największe mity i najczęstsze błędy związane z pomiarem popularności influencerów, kluczowe zmienne, różnice pomiędzy platformami, fan base vs zasięg, dobór
  4. content - rodzaje i formaty treści tworzonych przez influencerów, dobór do celu
- działania cross-platformowe: YouTube, Instagram, TikTok i Twitch
  - różnice pomiędzy platformami, różne funkcjonalności i świadczenia
  - różnice pomiędzy kategoriami i tematami wśród twórców, różne cele
  - różnice pomiędzy formatami treści a efektywność kampanii

## MODUŁ 3 - najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty - 1 godz.

- research – gdzie i jak szukać influencerów
- weryfikacja - jak weryfikować dane i statystyki
- brief influencerski - najważniejsze kwestie i specyficzne elementy
- umowa z influencerem - kluczowe elementy unikalne dla tego typu umów
- polityki dos&dont's - podstawy długoterminowych współprac i dużych realizacji
- influencer marketing a prawo (samoregulacja branży, wytyczne UOKiK, regulacje KRRiT, Kodeks KER)
- zbiór KPI: co i w jaki sposób mierzyć
- proces współpracy z influencerem krok po kroku

## MODUŁ 4 - Warsztat Ewolucja influencer marketingu - 3 godz. 5 min.

- metaverse marketing, influencer mix, kanał i subformat, zasięg organiczny + płatny,
- ewolucja influencer marketingu (od lokowań, przez co-branding, po wspólne biznesy)
- nadchodzące trendy w influencer marketingu (ekonomia twórców, vTubers, live commerce i więcej)

## MODUŁ 5 – Podsumowanie 50 min.

- najczęstsze błędy
- checklista
- Q&A

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie influencer marketingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 10</b> Wprowadzenie rozmowa na żywo	Kamil Bolek	12-09-2024	09:30	10:00	00:30
<b>2 z 10</b> Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	12-09-2024	10:00	11:00	01:00
<b>3 z 10</b> przerwa	Kamil Bolek	12-09-2024	11:00	11:15	00:15
<b>4 z 10</b> Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	12-09-2024	11:15	12:10	00:55

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 10</b> Najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	12-09-2024	12:10	13:10	01:00
<b>6 z 10</b> Warsztat Ewolucja influencer marketingu ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	13-09-2024	09:30	11:00	01:30
<b>7 z 10</b> przerwa	Kamil Bolek	13-09-2024	11:00	11:15	00:15
<b>8 z 10</b> Warsztat Ewolucja influencer marketingu ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	13-09-2024	11:15	12:50	01:35
<b>9 z 10</b> Podsumowanie rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	13-09-2024	12:50	13:40	00:50
<b>10 z 10</b> Walidacja	-	13-09-2024	13:40	13:50	00:10

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	2 214,00 PLN
Koszt usługi netto	1 800,00 PLN

---

**Koszt godziny brutto**

221,40 PLN

---

**Koszt godziny netto**

180,00 PLN

---

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Kamil Bolek

CMO i członek zarządu grupy LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset) największej w regionie CEE agencji influencer marketingu i sieci partnerskiej dla twórców internetowych. Ekspert w zakresie wykorzystania YouTube i influencerów w komunikacji marki. Arbiter Komisji Etyki Reklamy, juror konkursów branżowych. Z wykształcenia psycholog i PR-owiec przekładający swoją wiedzę na działania w marketingu od 2012 roku. Zafascynowany zmianami w konsumpcji mediów, naukami o komunikowaniu i podejmowaniu decyzji. Wielokrotnie nagradzany prelegent konferencji branżowych, autor artykułów eksperckich, szkoleniowiec i wykładowca wielu uczelni na studiach podyplomowych (w tym studiów MBA). Co roku występuje na kilkudziesięciu konferencjach, przeprowadza szkolenia i warsztaty w agencjach, domach mediowych i działach marketingu największych marek w Polsce. Wykształcenie wyższe. Ponad 300 godz. prowadzenia szkoleń z tematyki szkolenia.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 80% frekwencji.

### Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt [szkolenia@dimaq.eu](mailto:szkolenia@dimaq.eu) w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników. Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

### Informacje dodatkowe

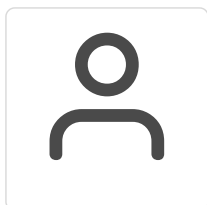
Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

## Warunki techniczne

- Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

- Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb
- Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.
- System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.
- Wskazane kamera i mikrofon.
- Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

## Kontakt



**Agnieszka Fabianowicz**

**E-mail** [szkolenia@dimaq.eu](mailto:szkolenia@dimaq.eu)

**Telefon** (+48) 515 992 599