



B&K - Doradztwo i
Szkolenia dla
biznesu sp. z o.o.



MARKETING w SOCIAL MEDIACH

Skuteczny marketing online pomocny w prowadzeniu biznesu - strategie marketingowe, strona internetowa, media społecznościowe.

Numer usługi 2024/05/28/13089/2164158

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 28 h

📅 16.09.2024 do 28.10.2024

3 813,00 PLN brutto

3 100,00 PLN netto

136,18 PLN brutto/h

110,71 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Kurs skierowany do właścicieli oraz pracowników firm, które chcą zadbać o wizerunek firmy i marki w sieci przy wykorzystaniu popularnych mediów społecznościowych. Osoby rozpoczynające przygodę z mediami społecznościowymi. Osoby pracujące w zawodach pokrewnych (account managerowie, copywriterzy, content managerowie, blogerzy, osobowości medialne). Osoby pracujące w social mediach (na stanowiskach menadżerskich). Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw.
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	09-09-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	28
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Kurs, dzięki któremu stworzysz skuteczną strategię w mediach społecznościowych oraz będziesz sprawnie zarządzać komunikacją, reklamą oraz społecznością.

Celem kursu jest poznanie możliwości reklamowych, jakie dają media społecznościowe i ich skuteczne wdrożenie w codzienną działalność firm, a także porównanie potencjałów marketingu internetowego i jego tradycyjnych aspektów, dodatkowym celem jest rozwój umiejętności z zakresu tworzenia treści oraz edycji zdjęć i materiałów wideo.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Uczestnik: zna i rozumie jak działa każda z platform społecznościowych. Opanował techniki kreowania grup docelowych w mediach społecznościowych z podziałem na platformy. Wie jak skutecznie wypromować swoją firmę. Umie zbudować skuteczną strategię w mediach społecznościowych, zwiększyć widoczność swojego biznesu w przestrzeni internetowej oraz tworzyć wartościowe treści, które przyciągną nowych klientów.</p> <p>Uczestnik potrafi: tworzyć skuteczne strategie w social mediach i ma opanowaną ich realizację krok po kroku, dobierać grupy docelowe, monitorować wyniki kampanii i dostosowywać strategie w zależności od ich skuteczności. Opanował kreowanie grupy docelowej w Social Media z podziałem na platformy oraz zna tajniki reklamowania.</p> <p>Uczestnik zdobył umiejętność samokształcenia się w zakresie wiedzy z obsługi mediów społecznościowych, rozumie znaczenie komunikacji interpersonalnej oraz nauczył się prawidłowo identyfikować i rozstrzygać dylematy związane z wykonywaniem zawodu.</p>	<p>Efekty uczenia się zostaną zweryfikowane na podstawie wywiadu swobodnego, obserwacji w warunkach rzeczywistych i prezentacji</p>	<p>Wywiad swobodny</p>
		<p>Obserwacja w warunkach rzeczywistych</p> <p>Prezentacja</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

tak, dokument 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?

tak, dokument 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, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Demografia mediów społecznościowych.

Czy mają rację Ci, którzy twierdzą, że Facebook się zestarzał?

Czy każda firma powinna być na Facebooku i **dlaczego tak**.

a) Lejki marketingowe, czyli ile razy klient musi spotkać się z Twoją firmą, by dokonać zakupu.

b) czy Facebook wspiera zatrudnienie? Czyli jak portal pomaga w tym, byś nie musiał pracować za dwóch.

Po tej części szkolenia będziesz w stanie określić wiek użytkowników danych portali społecznościowych, co pomoże Ci wybrać najlepsze miejsce dla reklamowania Twojej firmy. Omówimy, dlaczego każdy, nawet mikro przedsiębiorca powinien być obecny w świecie social media zarówno pod względem sprzedaży, jak i wsparcia procesu zatrudnienia.

Wprowadzenie

a) – założenie konta osobistego.

b) – założenie konta firmowego.

c)- konkurencja. Dlaczego warto ją podglądać?

d)- Google trends.

e)- Monitorowanie mediów społecznościowych.

Po tej części szkolenia będziesz umieć założyć konto osobiste, jak i firmowe fanpage. Nauczymy się odpowiednio opisywać firmę, umiejętnie podpatrywać konkurencję oraz odpowiednio dobierać tematy do komunikacji dzięki wybranym narzędziom marketingowym.

Zaczynamy

a) Słabo piszę, więc się do tego nie nadaję. Nie prawda.

b) Jesteś tu po to, by rozwiązać problem klienta. Czyli dlaczego to życie przynosi najlepsze tematy do wpisów.

c) Facebook na Ciebie nie zaczeka, czyli jakie są najlepsze godziny do dodawania postów.

c1) Jak często powinieneś publikować na Facebooku?

d) Planowanie postów z wyprzedzeniem.

e) edge rank, czyli co Facebook lubi najbardziej.

f) Media społecznościowe, czyli głos dla Wszystkich. Jak prosić o komentarze, jak na nie reagować.

W tej części szkolenia będziemy uczyć się pisać w interesujący dla potencjalnego klienta sposób. Ustalimy najlepsze godziny publikacji. Poznamy narzędzia, które wskażą różnego rodzaju błędy w tekście. Przyjrzymy się programowi, który pomoże określić, czy nasz tekst jest przejrzysty i zrozumiały. Ponadto nauczymy się planować wpisy z wyprzedzeniem, co pozwoli robić to w chwili, w której naprawdę masz

na to czas. Porozmawiamy też o algorytmie facebooka i o tym, jak próbować się do niego dopasować. Nauczymy się rozpoczynać i moderować dyskusje w sieci.

No dobra, ale nie jestem grafikiem!

- a) Nie musisz. Internet pełen jest zdjęć i programów, które go z Ciebie zrobią.
- b) Tworzenie grafiki na przykładzie programu canva.

OK, ale na fotografa to już mnie nie stać!

- a) Edycja zdjęć w smartfonie.
- b) Edycja zdjęć z użyciem darmowych aplikacji.

Materiały wideo. Czy znajdę je w sieci?

- a) Ogólnodostępne wideo w programie canva.

Edycja video

Edytowanie video w telefonie za pomocą programu inshot.

W tej części szkolenia będziemy ćwiczyć samodzielną edycję zdjęć oraz materiałów video, a także poznamy portale, z których bezpłatnie lub za niewielką opłatą będziemy mogli pobierać materiały foto i video przygotowane przez profesjonalnych twórców.

Grupy.

- a) Jak je wyszukiwać?
- b) Czy warto samemu je tworzyć?
- c) Dlaczego warto do nich dołączyć?

W tej części szkolenia zbadamy istotę grup tematycznych na facebooku. Ustalimy, czego możemy się z nich dowiedzieć. Sprawdzimy, czy rozwiązaniem będzie dołączenie do już istniejących, czy jednak stworzenie własnej.

Reklama na Facebooku, jej rodzaje i cele.

- a) Co mogę zyskać, reklamując się na Facebooku?
- b) Subskrybenci, rozmowy handlowe, wydarzenia i inne...
- c) Reklama przyciskiem promuj post czy w menadżerze?
- d) Targetowanie reklamy na Facebooku.
- e) Wykluczanie lokalizacji i osób.
- f) Dane demograficzne, zainteresowania, zachowania.
- g) Czy mogę reklamować się u nowożeńców?
- h) Umieszczenie reklamy.
- i) a może w Messengerze?
- j) koszt reklamy
- k) analiza i optymalizacja
- l) czym są wskaźniki jakości reklamy i o czym nas informują?
- m) jak poprawić skuteczność mojej reklamy
- m1) Grupa docelowa, grafika, tekst, albo.... oferta.

W tej części szkolenia poznamy mechanizmy tworzenia reklam na portalu facebook. Nauczymy się oceniać ich skuteczność oraz je aktualizować w przypadku, w którym uznamy, że ta nie jest satysfakcjonująca.

Marketing tradycyjny, ulotki, plakaty, banery

a) czy warto?

b) czy nasz mózg zapisuje reklamy widziane po drodze do pracy?

c) ulotka, plakat, baner, tak!... ale

W ostatniej części szkolenia porównamy to, czego się dowiedzieliśmy z danymi na temat dzisiejszej skuteczności tradycyjnych form reklamy. Przypomnimy sobie jak tworzyć ulotki, plakaty czy banery. Również z wykorzystaniem programów, które poznaliśmy na wcześniejszych etapach naszego szkolenia.

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	3 813,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 100,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	136,18 PLN
Koszt osobogodziny netto	110,71 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

wykładaowca z zasobów firmy

wykładowca z listy przedsiębiorstwa, zawodowo zajmujący się marketingiem internetowym

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

W czasie zajęć wykorzystywane są autorskie materiały dydaktyczne przygotowane przez wykładowcę. Materiał merytoryczny oparty będzie o przykłady i ćwiczenia, dzięki którym uczestnicy szkolenia będą mogli w praktyczny sposób poznać zastosowanie obecnie obowiązujących przepisów a także podzielić się między sobą doświadczeniem w zakresie omawianej problematyki.

Informacje dodatkowe

Zajęcia na kursie odbywają się zgodnie z wykazem godzinowym, w oparciu o godziny lekcyjne trwające 45 minut (3 godzin lekcyjnych)

16.30-18,00 wykład -90 minut- 2 godz.lekcyjne

18.15-19,45 wykład -90 minut- 2 godz.lekcyjne

Warunki techniczne

- Do udziału w szkoleniu online potrzebny jest jedynie **komputer** lub inne urządzenie mobilne z wbudowaną kamerą i mikrofonem oraz **dostępem do Internetu**.
- Zajęcia prowadzone są w **trybie niestacjonarnym** (zdalnym) za pomocą **platformy Clickmeeting**
- minimalne wymagania sprzętowe - laptop/komputer PC, MAC z najnowszą wersją przeglądarki internetowych (Chrome, Edge, Firefox), podstawowa kamera internetowa i mikrofon, dostęp do sieci internet
- minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego - **Minimalna przepustowość łącza internetowego odbiorcy to 10 mb/s**.
- niezbędne oprogramowanie umożliwiające Uczestnikom - **nie potrzebujecie Państwo żadnych dodatkowych programów**,
- okres ważności linku umożliwiającego uczestnictwo w spotkaniu on-line - w czasie rzeczywistym.
- sposób walidacji usługi - (test / quiz końcowy poprzez platformę Clickmeeting)

Kontakt



Grażyna Boryń

E-mail biuro@bkszkolenia.pl

Telefon (+48) 577 127 550