



Storydoing - budowanie strategii komunikacji opartej na działaniach, doświadczeniach i zaangażowaniu uczestników - szkolenie

Numer usługi 2024/06/07/9718/2175133

2 952,00 PLN brutto

2 400,00 PLN netto

147,60 PLN brutto/h

120,00 PLN netto/h

ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 🏠 Usługa szkoleniowa
- 🕒 20 h
- 📅 21.10.2024 do 25.10.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Osoby chcące rozwinąć kompetencje w zakresie storydoing, a w szczególności: <ul style="list-style-type: none">osoby odpowiedzialne za budowanie i komunikację marki za pośrednictwem różnych kanałów komunikacji,brand menedżerowie, osoby odpowiedzialne za employer branding, działania PR czy event marketing,pracownicy działów kreacji i strategii ze stażem do 3 lat
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	18-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do budowania strategii komunikacji opartej o przełamywanie konwencji komunikacyjnej w kategorii i wyróżnienie jej w oparciu o aktywność marki, aktywnego budowania przekazu marki, wykorzystywania historii jako zasadę organizującą działania w całej firmie: tworzenie i rozwój nowych produktów, rekrutacja, partnerstwa oraz jak angażować pracowników w każdą tworzoną przez organizację komunikację.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się wiedzą z zakresu budowania i komunikacji marki za pośrednictwem różnych kanałów digital marketingowych	stosuje adekwatne narzędzia do budowania strategii komunikacji opartej o przełamywanie konwencji komunikacyjnej w kategorii i wyróżnienie jej w oparciu o aktywność marki,	Test teoretyczny
	angażuje pracowników organizacji w aktywne budowanie przekazu marki i tworzenie jego treści. Dokonuje wyboru działań CSR, które mogą stać się widoczną i mającą znaczący wpływ na wizerunek marki aktywnością	Test teoretyczny
	konwertuje opowieści marki na nowe produkty czy innowacje.	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

Storytelling vs Storydoing - 2h 15 min

- Wyjaśnienie różnic pomiędzy pojęciami, określenie w jakim momencie życia marki lub w jakim momencie kampanii
- potrzebujemy danego narzędzia. Przedstawienie storydoingu jako narzędzia taktycznego w trakcie trwania
- kampanii dla uwiarygodnienia działań i jako narzędzia strategicznego, on goingowego ważnego dla budowania
- długofalowej przewagi i wiarygodności.

Storydoing w koncepcji Acts Not Ads - 2 h 15 min

- Rozgraniczenie tradycyjnego podejścia do tworzenia przekazów reklamowych od podejścia aktywistycznego zakładającego realne działania marki skierowane do konsumenta lub mikrospołeczności. Koncepcja marki zaangażowanej purpose driven brand i wymagań jakie stawia przed strategią komunikacji.

Przykłady marek zaangażowanych i przykłady działań Storydoing - 1h 30 min

- Przykłady działań taktycznych w trakcie trwania kampanii
- Przykłady działań strategicznych wpisanych w misje marki i realizowanych odrębnie od działań kampanijnych.

Planowanie działań Storydoing - 6 h

- Category must-haves - analiza działań w kategorii dla określenia stałych elementów, których zmiana może prowadzić do dysruptywnej komunikacji.
- Day Mood Mapping - mapowanie dnia konsumenta i poszukiwanie triggerów do działania oraz przestrzeni na zaangażowanie.
- Common Cause Finder - określanie punktów wspólnych w życiu marki i konsumenta. Szukanie obszarów kompetencji marki, które mogą przekładać się na obszary zainteresowania konsumenta i określanie wspólnego problemu/wroga/zagrożenia.

Amplifikacja działań - 3 h

- Planowanie amplifikacji działań dla zwiększenia efektywności komunikacji

Uczestnicy poznają przykłady marek wdrażających strategię storydoing wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: podstawowa wiedza z obszaru e-marketingu/marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45min.)

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) i odpowiednio wydłuża zajęcia.

Ćwiczenia praktyczne będą obejmować m.in.:

- Rozwijanie przygotowanych kopii reklamowych do aktów komunikacyjnych
- Mapowanie dnia konsumenta i szukanie momentów receptywności
- Wspólne poszukiwanie wspólnych problemów marki i konsumenta.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 8

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 8 Storytelling vs Storydoing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	21-10-2024	08:00	10:15	02:15
2 z 8 Storydoing w koncepcji Acts Not Ads - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	21-10-2024	10:15	11:00	00:45
3 z 8 Storydoing w koncepcji Acts Not Ads - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	22-10-2024	08:00	09:30	01:30
4 z 8 Przykłady marek zaangażowanych i przykłady działań Storydoing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	22-10-2024	09:30	11:00	01:30
5 z 8 Planowanie działań Storydoing - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	23-10-2024	08:00	11:00	03:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
6 z 8 Planowanie działań Storydoing- ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	24-10-2024	08:00	11:00	03:00
7 z 8 Amplifikacja działań - ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Jacek Szostak	25-10-2024	08:00	11:00	03:00
8 z 8 Walidacja	-	25-10-2024	11:00	11:10	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 952,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 400,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	147,60 PLN
Koszt osobogodziny netto	120,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Jacek Szostak

Trener DIMAQ i doświadczony innowator z udokumentowaną historią pracy w branży marketingowej i reklamowej. Specjalista w zakresie strategii, mediów, badań rynku i operacji/procesów biznesowych. Profesjonalista z bogatym doświadczeniem praktycznym.

Staż szkoleniowy w zakresie projektowania strategii marki w oparciu o storydoing wynosi 100 godzin szkoleniowych.

Capability Development - właściciel - gru 2019 - obecnie

Publicis Groupe, Head of Capability Team - gru 2018 - maj 2020

Publicis Media, Capability Development Manager - marzec 2017 - gru 2018

Starcom, Senior Digital Communications Coordinator - 2015 - 2017

Senior Digital Planner - 2013 - 2015

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

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

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@iab.org.pl 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.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

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

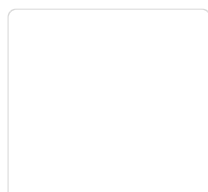
Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

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 a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599

