



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie Akademia HR: Digital – wykorzystanie narzędzi i systemów ICT: Facebook i Instagram w Biznesie z elementami Canvy. ROLKI. System reklamowy 2 dni

Numer usługi 2024/07/11/118911/2218380

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 04.11.2024 do 05.11.2024

2 720,00 PLN brutto

2 720,00 PLN netto

170,00 PLN brutto/h

170,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Identyfikator projektu	Akademia HR
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Ze szkolenia skorzystają: <ul style="list-style-type: none">Pracownicy działu HR poszukujący nowoczesnych narzędzi do skutecznej rekrutacji i selekcji kandydatów.Specjaliści ds. employer branding'u, pragnący lepiej wykorzystać potencjał platform społecznościowych do promocji pracodawcy i pozyskiwania talentów.Koordynatorzy zespołów HR zainteresowani skutecznym wykorzystaniem Canvy do tworzenia grafik i materiałów promocyjnych.Analitycy HR dążący do zrozumienia skuteczności działań reklamowych w kontekście pozyskiwania nowych pracowników.Przedstawiciele działu marketingu, którzy chcą lepiej zrozumieć, jakie możliwości oferują Facebook i Instagram w kontekście rekrutacji i promocji pracodawcy.Kierownicy HR, pragnący pozyskać nowe spojrzenie na wykorzystanie technologii w zarządzaniu zasobami ludzkimi i doskonalić strategię rekrutacyjne oraz budowania marki pracodawcy.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	31-10-2024

Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Przygotowanie uczestników do skutecznego wykorzystania narzędzi marketingowych, takich jak Facebook i Instagram, w celu budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzi na Facebooku i Instagramie w celu dostosowania ich do potrzeb i identyfikacji firmy	Wykorzystuje Narzędzia do planowania i Creatora Studio do planowania postów	Test teoretyczny
	Konfiguruje Business Menedżer Facebooka, Menedżera Reklam, Piksela, Zdarzenia Niestandardowe i wykorzystuje je do zarządzania działaniami marketingowymi w sieci	Test teoretyczny
	Ocenia strategię e-marketingu w firmie oraz Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów (content marketing, język korzyści)	Test teoretyczny
	Ocenia strategię e-marketingu w firmie	Test teoretyczny
	Tworzy analitykę i statystyki w prowadzonych działaniach reklamowych	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
identyfikuje możliwości, jakie dostarcza Internet, narzędzia pracy zdalnej i wykorzystania ich w praktyce.	Rozpoznaje znaczenie i określa główne kierunki rozwoju narzędzi / systemów ICT w obszarze zarządzania kapitałem ludzkim.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje sprzęt narzędzia ICT dostępne w pracy firmie.	Test teoretyczny
	Stosuje powszechnie dostępne różne narzędzia zdalnej pracy i komunikacji.	Test teoretyczny
	Korzysta z odpowiednich opcji specjalistycznych programów komputerowych – szczególnie tych wykorzystywanych w HR.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje zaawansowane rozwiązania platform on-line (np. specjalistyczne serwisy społecznościowe, narzędzia zdalnej komunikacji i współpracy).	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdza 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

Usługa zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Rekomendacje przed szkoleniem:

(Nie są obligatoryjne. Nie wymagamy wcześniejszej wiedzy przed szkoleniem w poniższych zakresach tematycznych, ale osoby już posiadające konta wcześniej założone będą mogły zweryfikować poprawność ich działania.)

Jak się przygotować do szkolenia Marketing i sprzedaż w dobie cyfryzacji , aby było dla Ciebie jeszcze bardziej efektywne?

Jeśli masz już konta w social mediach:

- Sprawdź czy masz dostęp do profilu firmowego na Facebooku oraz Instagramie (jeżeli możesz mieć to uzyskaj). Przypomnij sobie loginy i hasła.
- Wypisz listę produktów bądź usług, które chcesz uwzględnić w promocji oraz najważniejsze aspekty swojej firmy.
- Jeżeli nie posiadasz strony firmowej na Facebooku nie martw się- pomożemy Ci ją założyć oraz skonfigurować z Menadżerem reklam.

Trener –Magdalena Głomska.

I DZIEŃ SOCIAL MEDIA

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

BLOK I –Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. - teoria-rozmowa na żywo

- Cele krótkoterminowe w budowania strategii e-marketingowej
- Cele długoterminowe w budowie strategii e-marketingowe

BLOK II – Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva. praktyka-ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- Planowanie postów na Facebooku z wykorzystaniem narzędzi Facebooka.
- Jak pisać by nas czytali i zaangażować odbiorców pod postem.
- Komunikacja z odbiorcami i język korzyści – metody pisania aranżujących postów dopasowanych do grupy odbiorczej.
- Ustalenie kim jest Twój odbiorca i czego oczekuje.
- Jakie posty FB i IG wyświetla, a jakich nie.
- Sposoby na zwiększenie organicznego zasięgu.
- Konkursy – jak je legalnie tworzyć, o czy warto pamiętać i jak angażować odbiorców.
- Wydarzenia do czego je jeszcze można wykorzystać?
- Sytuacja kryzysowa – jak sobie z nią poradzić?

BLOK III– Praca w programie Canva. -praktyka- ćwiczenia

- Podstawy Canvy – omówienie najważniejszych, wybranych funkcji programu przydatnych do tworzenia grafik na SM.
- Najlepsze formaty grafik na FB, Instagrama, LinkedIn i stronę www.
- Najlepsze formaty na reklamę

BLOK IV – Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights). teoria+ praktyka -ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Tworzenie podstaw identyfikacji graficznej – logo, infografika, dobór kolorystki i fontów – ćwiczenie
- Tworzenie szablonów graficznych na potrzeby SM – ćwiczenie
- Tworzenie animacji – ćwiczenie
- Dodawanie Call to Action.
- Omówienie dodatkowych elementów graficznych przydatnych w SM

II DZIEŃ SOCIAL MEDIA

BLOK I– Tworzenie reklam – Teksty i formaty reklamowe.- teoria- rozmowa na żywo

- Analiza i tworzenie grup docelowych.
- Grupowanie zainteresowań.
- Jakie grupy dają najlepsze efekty.
- Najczęstsze błędy w tworzeniu grup.

- Jak docierać do nieaktywnych odbiorców i ich ożywić.

II Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Konfiguracja Business Menedżera

III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo

- Konfiguracja konta.
- Jak nie zablokować konta reklamowego i czym to grozi – treści zakazane.
- Dlaczego nie przez „Promuj post”?
- Budowa lejka sprzedażowego i planowanie budżetu.
- Jak zamienić zimny ruch na ciepły.
- Analiza dotychczasowych wyników reklam.
- Jakie koszty reklam osiągać? Podstawy strategii marketingowych.

Najważniejsze cele reklam dedykowanych na Facebooka i Instagram.

- Omówienie celów:
- Jak pozyskać nowych klientów.
- Jak zwiększać zaangażowanie na fanpage.
- Jak zwiększyć liczbę zapytań w Messengerze.
- Jak kierować fanów na stronę internetową.
- Jak badać konwersję z koszyka i zakupów

IV Blok - Facebook Advance-teoria-dyskusja

- Remarketing i wykluczenia
- Piksel Facebooka
- Zdarzenia niestandardowe
- Analiza wyników kampanii
- Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- Jak podglądać reklamy konkurencji.
- Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- Mierzenie skuteczności kampanii za pomocą linków UTM.
- Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam – między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS,
- Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie
- Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie.
- Wykluczenia – w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG.

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	04-11-2024	08:30	08:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 14 BLOK I – Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści. - teoria-rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	04-11-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	04-11-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 14 BLOK II – Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva. praktyka-ćwiczenia i współdzielenie ekranu	Magdalena Głomska	04-11-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 14 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	04-11-2024	12:00	12:15	00:15
6 z 14 BLOK III– Praca w programie Canva. -praktyka-ćwiczenia	Magdalena Głomska	04-11-2024	12:15	13:45	01:30
7 z 14 BLOK IV – Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights). teoria+ praktyka -ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	04-11-2024	13:45	15:15	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 14 BLOK I – Tworzenie reklam – Teksty i formaty reklamowe.- teoria- rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	05-11-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	05-11-2024	10:00	10:30	00:30
10 z 14 Blok II - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Magdalena Głomska	05-11-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	05-11-2024	12:00	12:15	00:15
12 z 14 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka ćwiczenia, rozmowa na żywo	Magdalena Głomska	05-11-2024	12:15	13:45	01:30
13 z 14 IV Blok - Facebook Advance-teoria- dyskusja-	Magdalena Głomska	05-11-2024	13:45	15:00	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	05-11-2024	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 720,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 720,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	170,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	170,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Magdalena Głomska

Magdalena Głomska posiada wykształcenie wyższe magisterskie. Jest absolwentką Politechniki Gdańskiej. Ukończyła wydział Zarządzania i Marketingu. Korzenie jej doświadczenia wywodzą się z dziedziny sprzedaży, z którą związana jest zawodowo od ponad 17 lat. Marketingiem internetowym zajmuje się od 2010 roku. Przez 15 lat pracowała na stanowiskach managerskich zarządzając działem marketingu i sprzedaży oraz wdrażając strategię w firmie będącej dystrybutorem międzynarodowych marek.

Od 4 lat jest właścicielem firmy i dyrektorem zarządzającym Agencji Doradztwa Marketingowego „Digital Brand”, którą założyła bazując na własnym, praktycznym doświadczeniu marketingowo-sprzedażowym. Współpracuje z klientami różnych branż z całej Polski wspierając ich w potrzebnych dla nich obszarach sprzedażowo-marketingowych. Pisze strategie marketingowe oraz wdraża wraz z zespołem jej narzędzia pomagając w przejściu transformacji cyfrowej. Swoją wiedzę przekazuje jako Trener na szkoleniach o tematyce: Marketing dla branż, Social Media (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn), Content marketing, Strategie marketingowe oraz sprzedażowe, Zarządzanie przedsiębiorstwem, Wprowadzanie produktów na rynek. Zrealizowała ponad 1000 godzin szkoleniowych w ciągu ostatnich 3 lat.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie testu i ćwiczeń.

- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z komputera z dostępem do Internetu oraz dostępem do konta profilowego na Facebooku. Przed szkoleniem prosimy o zainstalowanie bezpłatnego programu Canva, który służy do tworzenia grafik i postów. Rekomendujemy także przygotowanie materiału zdjęciowego lub filmowego oraz logo (np. z miejsca prowadzonej działalności, związanych z firmą, zdjęcia produktów, usług, personelu).

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą Google Meets/ Clickmeeting – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Wymagania techniczne w przypadku webinarów / szkoleń online:

Dla aktywnego uczestnictwa w warsztatach, każdy jego uczestnik powinien posiadać komputer z dostępem do Internetu z zainstalowanym pakietem Office 2007, 2010, 2013 lub 2016/365 lub równoważnym oraz programem Acrobat Reader.

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS
- Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.
- Będzie to webinar realizowany w trybie dyskusji – umożliwi on uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Praca odbywa się na firmowym fanpage'u, stronie internetowej i odpowiednio skonfigurowanym pod potrzeby firmy Menedżerze Facebooka. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Podczas zajęć warsztatowych Uczestnicy, przy wsparciu Trenera będą mogli samodzielnie tworzyć posty, ustawiać grupy niestandardowych odbiorców, konfigurować narzędzia marketingowe oraz tworzyć reklamy. Samodzielnie będą też pracować na programie Canva.

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506