



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie Facebook, Instagram/Threads oraz TikTok w Biznesie z elementami Canvy. Sztuczna inteligencja AI. Rolki. System reklamowy Meta Advance-program rozszerzony 4 dni.

Numer usługi 2024/07/12/118911/2219515

📍 Gdańsk / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 32 h

📅 21.11.2024 do 26.11.2024

4 800,00 PLN brutto

4 800,00 PLN netto

150,00 PLN brutto/h

150,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<ul style="list-style-type: none">Jednoosobowych działalności gospodarczychPrzedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieliOsób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierownikówZespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerówWyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	18-11-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	32
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą narzędzi marketingowych takich jak Facebook, Instagram.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wykorzystuje najważniejsze narzędzia 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
	Tworzy grupy docelowe dostosowane dla swojej branży	Test teoretyczny
	Tworzy niestandardowe grupy w celach reklamowych	Test teoretyczny
	Definiuje cele reklamowe w Menedżerze reklam i dostosuje je do strategii marketingowej firmy	Test teoretyczny
Wykorzystuje Canwę to tworzenia grafik na potrzeby Social Media	Tworzy prezentacje, ulotki, loga w programie Canva	Test teoretyczny
Stosuje język korzyści w prowadzonej komunikacji w marketingu cyfrowym	Identyfikuje metody i narzędzi angażowania klientów w proces kreowania wartości i personalizacji produktów (content marketing, język korzyści)	Test teoretyczny
	Identyfikuje właściwe narzędzia marketingu internetowego do odpowiedniej sytuacji rynkowej i przyjętego modelu biznesowego	Test teoretyczny
Charakteryzuje pojęcia nowoczesnego marketingu cyfrowego	Ocenia strategię e-marketingu w firmie	Test teoretyczny
	Charakteryzuje zasady i przykłady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych i kampanii internetowych.	Test teoretyczny
Wykorzystuje narzędzia do komunikacji i do budowania wizerunku marki	Wykorzystuje narzędzia takie jak: Instagram, Threads oraz TikTok do budowania wizerunku marki oraz komunikacji.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji	Tworzy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji Instagram, TlikTok.	Test teoretyczny
	Wykorzystuje aplikację CapCut, Mojo, VN do tworzenia rolek	Test teoretyczny
Stosuje zasady skutecznej komunikacji	Charakteryzuje zasady skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów	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.

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:

Ze względu na dużą liczbę bloków warsztatowych, szkolenie przeznaczone jest dla osób, które mają już założone konta firmowe na FB/IG. Wraz z Trenerem będą mogły wprowadzić wszystkie najważniejsze konfiguracje.

Jak się przygotować do szkolenia Facebook, instagram w biznesie, 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.

I DZIEŃ

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka

- Przedstawienie Instagrama i Threads: Funkcje, różnice, cele.
- Jak platforma ewoluowała od początków do dzisiaj.
- Analiza profilu.
- Omówienie najważniejszych sekcji.

II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka

- Hashtagi w nich siła.
- Jak zwiększać organicznie zasięgi.
- Pomysły na media plan.
- Triki na Instagramie w podziale na: relacje, posty i rolki
- Cele reklamowe na Instagramie

III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka

- Trendy muzyczne na Instagramie
- Najważniejsze ustawienia: Filtry, układ, siatka, nakładki i kategorie.
- Opis na rolkach.
- Identyfikacja graficzna na rolkach.
- Szablony na Instagramie.
- Pomysł na własną rolkę – I trik – ćwiczenie
- Aplikacje do tworzenia rolek – omówienie

IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama - praktyka

- Dodanie profilu Threads do Instagrama
- Dlaczego Threads
- Jaki Content dodawać na Threads
- Trendy
- Algorytmy
- Threads, a Twitter
- Zależności Threads, a Instagrama

Dzień II:

BLOK1 - Dlaczego TikTok?-Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria-rozmowa na żywo

- Dlaczego TikTok?
- Statystki na TikToku. Nasza grupa docelowa.
- Optymalne nagrywanie na TikToku.
- Co nagrywać na TikToku? Pomysł na content. Case study .
- Język TikToka. Najważniejsze pojęcia.
- Jak działają Algorytmy na TikToku?

Tworzymy profil prywatny i firmowy. Oświetlenie i sprzęt.

- Profil prywatny, a profil biznesowy.
- Sposoby na duże zasięgi. SEO.
- TikTok Tips
- Ciekawostki i porady (PL)
- TikTok i marketing (MG)
- Co się sprawdza, a co nie.
- Dont make ads. Make TikToks.

Business TikTok I Ads Manager

- Business TikTok – centrum dowodzenia dla film.
- Ads Manager – konfiguracja konta.
- Piksel TikToka.
- Audiences TikTok.
- Zdarzenia niestandardowe.

System reklamowy TikToka - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Cele reklamowe TikToka.
- Grupy docelowe TikToka.
- Targetowanie - 4 sposoby.
- TikTok Spark Ads.
- Remarketing w video.

Blok II- TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Trendy muzyczne na TikToku
- Najważniejsze ustawienia: Przejścia, tekst, nakładki TikToka.
- Opisy na rolach.
- Opowieść i MV na TikToku

Blok III- CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- CapCut – podstawowe i nieoczywiste funkcje.
- Praca ze zdjęciami – jak przerobić zdjęcie w animacje.
- Nagrywanie video pod obróbkę – trzy triki.

Blok IV- CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka, współdzielenie ekranu, ćwiczenia.

- Dynamizm w rolkach.
- Nagrywanie pod bit.
- Odwrócenie obrazu.
- Wyodrębnianie/dodawanie dźwięku
- Dodawanie Lektora.
- VN – alternatywny program do obróbki zdjęć i filmów.
- Mojo – alternatywny program do relacji i rolek.

Dzień III

I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria

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

Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych -cz. 1 - Facebook

- Analiza konta na Facebooku - Case study - analiza profilu własnego mocne i słabe strony
- Najważniejsze ustawienia i ukryte, a wartościowe funkcje Fanpage'a.
- Przykłady dobrych profili na Facebooku.
- Jak wyznaczać cele marketingowe dla siebie i zespołu.
- Spójność identyfikacji. Najważniejsze ustawienia Fanpage'a.

II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka

- 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?

III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria

- 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.

IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna- praktyka

- 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

DZIEŃ IV

I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka

- Konfiguracja Business Menedżera

II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights)- teoria+praktyka

- 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.

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

- 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 - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe praktyka

I część - Konfiguracja niestandardowych formatów reklam

- Kolekcja
- Formularz kontaktowy
- Post na dzień dobry
- Posty reklamowe na stronie

II część – Meta Advance - techniki zaawansowane - praktyka ćwiczenia i współdzielenie ekranu

- Remarketing
- 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.
- 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
- Optymalizacja budżetu
- **Zmiany algorytmów w systemie Meta w 2024**
- **Sztuczna inteligencja w Meta Business – „Advantage+” - kiedy korzystać, a kiedy nie**

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 26

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 26 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	21-11-2024	08:30	08:45	00:15
2 z 26 I Blok – Eksperckie Sztuczki Instagrama i Threads - teoria + praktyka	Paulina Łuczak	21-11-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 26 Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	21-11-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 26 II Blok – Zwiększanie wizerunku na Instagramie - praktyka	Paulina Łuczak	21-11-2024	10:30	12:00	01:30
5 z 26 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	21-11-2024	12:00	12:15	00:15
6 z 26 III Blok – Instagram rolki – tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji - praktyka	Paulina Łuczak	21-11-2024	12:15	13:45	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 26 IV blok – Threads- Rozszerzenie aplikacji Instagrama - praktyka	Paulina Łuczak	21-11-2024	13:45	15:15	01:30
8 z 26 BLOK1 - Dlaczego TikTok? -Profil prywatny, firmowy + system reklamowy – teoria	Paulina Łuczak	22-11-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 26 Przerwa 30 min	Paulina Łuczak	22-11-2024	10:00	10:30	00:30
10 z 26 Blok II- TikTok rolki - tworzymy efektowne nagrania bezpośrednio z aplikacji – praktyka	Paulina Łuczak	22-11-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 26 Przerwa 15 min	Paulina Łuczak	22-11-2024	12:00	12:15	00:15
12 z 26 Blok III- CapCut – aplikacja do tworzenia rolek - praktyka	Paulina Łuczak	22-11-2024	12:15	13:45	01:30
13 z 26 Blok IV- CapCut i VN– zaawansowane funkcje - praktyka	Paulina Łuczak	22-11-2024	13:45	15:15	01:30
14 z 26 I Blok - Charakterystyka nowoczesnych narzędzi cyfrowych w budowaniu marketingu mix - teoria	Magdalena Głomska	25-11-2024	08:30	10:00	01:30
15 z 26 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	25-11-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 26 II Blok - Content marketing – jak pisać by nas czytali, jak zaangażować odbiorców pod postem, komunikacja z odbiorcami i język korzyści.teoria+praktyka	Magdalena Głomska	25-11-2024	10:30	12:00	01:30
17 z 26 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	25-11-2024	12:00	12:15	00:15
18 z 26 III Blok - Charakterystyka zasad skutecznej komunikacji z wykorzystaniem mediów społecznościowych przy wykorzystaniu programu Canva - omówienie programu - teoria	Magdalena Głomska	25-11-2024	12:15	13:45	01:30
19 z 26 IV Blok - Praca w programie Canva - forma statyczna i dynamiczna-praktyka	Magdalena Głomska	25-11-2024	13:45	15:15	01:30
20 z 26 I Blok - Narzędzia marketingu internetowego w budowaniu marketingu mix – konfiguracja Business Menedżera - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	26-11-2024	08:30	10:00	01:30
21 z 26 Przerwa 30 min	Magdalena Głomska	26-11-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
22 z 26 II Blok - Business Menedżer – grupy odbiorców (Audience Insights) - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	26-11-2024	10:30	12:00	01:30
23 z 26 Przerwa 15 min	Magdalena Głomska	26-11-2024	12:00	12:15	00:15
24 z 26 III Blok - Menedżer reklam - Konto reklamowe czyli jak pozyskiwać klientów na FB, cele reklamowe - teoria+ praktyka	Magdalena Głomska	26-11-2024	12:15	13:45	01:30
25 z 26 IV Blok - Tworzenie reklam - Teksty i formaty reklamowe praktyka	Magdalena Głomska	26-11-2024	13:45	15:00	01:15
26 z 26 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	26-11-2024	15:00	15:15	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	4 800,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	4 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	150,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	150,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

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 strategię 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.



2 z 2

Paulina Łuczak

Paulina Łuczak posiada wykształcenie wyższe, absolwentka Uniwersytetu Merito w Gdańsku oraz programu Googla, ze współpracą z uczelnią SGH w Warszawie, pt. „Umiejętności Jutra”. Te doświadczenia doskonale przygotowały ją do pracy w marketingu cyfrowym.

Podczas trwania programu nabyła umiejętności zarządzania, strategii marketingowej i sprzedażowej, optymalizacji witryn dla wyszukiwarek SEO, zastosowanie reklam w wyszukiwarkach sieciowych oraz w Social Mediach, zdobyła wiedzę o performance marketingu w praktyce, zajmowała się również technologicznymi aspektami prowadzenia biznesu w sieci.

Swoje umiejętności codziennie rozwija w firmie Digital&Brand w Gdańsku. Dzięki swoim doświadczeniom została specjalistą działu marketingu, zajmuje się prowadzeniem wielu kont na Mediach Społecznościowych, między innymi TikTok, Instagram, Facebook. Jedną z ważniejszych funkcji jest także copywriting oraz wyszukiwanie i analiza treści pod kątem SEO i aktualnych trendów w sieci. Za sobą ma już ponad 150h szkoleń z zakresu marketingu internetowego.

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

Wymogi unijne związane z realizacją szkolenia z dofinansowaniem:

- Logowanie się pełnym imieniem i nazwiskiem
- Włączona kamera oraz dostęp do mikrofonu

Niespełnienie powyższych może skutkować brakiem dofinansowania

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80%- 100% (w zależności od programu dofinansowania i podpisanej umowy z Operatorem) zajęć usługi rozwojowej
- W ramach realizacji usług szkoleniowych, Organizator utrwała wizerunek Uczestników w formie nagrań wideo, fotografii lub innych materiałów audiowizualnych wyłącznie w celach archiwizacyjnych, kontrolnych oraz dokumentacyjnych związanych z projektem dofinansowanym.
- Uczestnik zapisując się na szkolenie wyraża zgodę na utrwalenie i wykorzystanie jego wizerunku w wyżej wymienionych celach.
- Organizator nie udostępnia nagrań Uczestnikom po szkoleniu.

Regulamin świadczenia usług szkoleniowych znajduje się na stronie:

<https://digitalbrand.com.pl/>

Informacje dodatkowe

Jak przygotować się do szkolenia aby było jeszcze bardziej efektywne?

- Sprawdź czy masz dostęp do swojego konta prywatnego na Facebooku
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony firmowej na Facebooku, Instagramie i TikToku – jeśli nie – postaraj się uzyskać
- Sprawdź czy masz dostęp do swojej strony internetowej/sklepu internetowego
- Załóż bezpłatny program graficzny Canva. Nie trzeba go instalować, wystarczy logować się w przeglądarce internetowej. Można także skorzystać testowej, bezpłatnej wersji Canva PRO (okres testowy wynosi 30 dni)
- Przygotuj 3-4 zdjęcia firmowe (mogą być także prywatne) oraz 1-2 krótkie filmy do 10 sekund

Adres

ul. Kaprów 3A/36
80-316 Gdańsk
woj. pomorskie

Szkolenie znajduje się na ulicy Kaprów 3A. Prosimy o wybranie na domofonie nr 36 aby móc dostać się do wnętrza budynku jeżeli drzwi wejściowe byłby zamknięte. Kierujemy się na schody lub do windy na 3 piętro. Na przeciwko windy znajduje się biuro Digital brand. Po wejściu do środka proszę kierować się do sali na przeciwko drzwi wejściowych.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506