



KOMPLEKSOWE
USŁUGI KAMILA
SANOK



Strategia komunikacji małej firmy (sektor MŚP.) Osobowość firmy, strategia marki, identyfikacja wizualna oraz narzędzia.

Numer usługi 2024/07/23/115086/2233129

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 22.08.2024 do 23.08.2024

2 900,00 PLN brutto

2 900,00 PLN netto

145,00 PLN brutto/h

145,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / PR
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Odbiorcami szkolenia są następujące osoby: <ol style="list-style-type: none">Specjaliści odpowiadający za wizerunek firmy, wpływające na kształtowanie wizerunku swojej organizacji,Menedżerowie i liderzy biznesowi - osoby na stanowiskach kierowniczych, zainteresowane rozwijaniem swoich biznesów i promocją swojej firmy.Specjaliści ds. marketingu - marketerzy cyfrowi i menedżerowie marki, którzy chcą wykorzystać narzędzia cyfrowe do kampanii marketingowych i budowania zaangażowania.Sprzedawcy i przedstawiciele handlowi - osoby odpowiedzialne za sprzedaż, które pragną wykorzystać elementy komunikacji marki do zwiększenia efektywności sprzedaży.Freelancerzy i konsultanci - niezależni profesjonaliści i doradcy szukający nowych klientów i możliwości współpracy.Właściciele małych i średnich przedsiębiorstw (MŚP) - przedsiębiorcy zainteresowani rozwojem swojej organizacji.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	10
Data zakończenia rekrutacji	21-08-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnicy szkolenia zdobędą kompleksową wiedzę oraz praktyczne umiejętności w zakresie tworzenia i implementacji skutecznej strategii komunikacyjnej dla małej firmy w sektorze MŚP. Po zakończeniu szkolenia będą potrafili samodzielnie definiować osobowość firmy, opracowywać strategię marki, tworzyć spójną identyfikację wizualną oraz wykorzystywać nowoczesne narzędzia komunikacyjne w praktyce.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnicy potrafią opisać kluczowe wartości, misję i wizję firmy w formie krótkiego dokumentu (np. jedna strona A4).	Uczestnicy przygotowują dokument strategii marki, który zawiera analizę rynku, segmentację klientów, pozycjonowanie marki oraz plan działań marketingowych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnicy przygotowują profil osobowości firmy, uwzględniając jej cechy charakterystyczne, które mają wyróżniać ją na rynku.	Uczestnicy projektują kluczowe elementy identyfikacji wizualnej, takie jak logo, kolorystyka, typografia oraz przykładowe materiały promocyjne (np. wizytówki, broszury, posty w mediach społecznościowych).	Obserwacja w warunkach symulowanych
Ocena powyższych dokumentów przez trenera pod kątem spójności, jasności przekazu oraz zgodności z misją i wizją firmy.	Uczestnicy projektują kluczowe elementy identyfikacji wizualnej, takie jak logo, kolorystyka, typografia oraz przykładowe materiały promocyjne (np. wizytówki, broszury, posty w mediach społecznościowych).	Obserwacja w warunkach symulowanych

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak

Program

Program szkolenia: Strategia komunikacji małej firmy (sektor MŚP): Osobowość firmy, strategia marki, identyfikacja wizualna oraz narzędzia

Moduł 1: Rozpoznanie świata organizacji

Wprowadzenie i cel szkolenia

- Przedstawienie programu szkolenia
- Omówienie celów i oczekiwań uczestników

Grupa docelowa

- Definicja grupy docelowej
- Segmentacja rynku
- Ćwiczenia praktyczne: Profilowanie idealnego klienta

Oferta firmy

- Analiza oferty firmy
- Ocena wartości propozycji dla klienta
- Ćwiczenia: Mapowanie wartości

Rekomendacje i opinie

- Znaczenie rekomendacji i opinii
- Jak zbierać i wykorzystywać opinie klientów
- Case studies: Sukcesy i porażki

Lider organizacji

- Rola lidera w budowaniu marki
- Ćwiczenia: Tworzenie wizerunku lidera

Moduł 2: Strategia marki

Osobowość marki

- Definicja i znaczenie osobowości marki
- Ćwiczenia: Definiowanie osobowości marki

Jeden główny komunikat

- Tworzenie spójnego komunikatu marki
- Ćwiczenia: Formułowanie głównego komunikatu

Obietnica marki i wyróżnik

- Zrozumienie obietnicy marki
- Tworzenie unikalnego wyróżnika
- Case studies: Przykłady skutecznych obietnic i wyróżników

Wektory tworzące markę i błędy w strategii

- Kluczowe elementy strategii marki
- Najczęstsze błędy i jak ich unikać
- Ćwiczenia: Analiza błędów w strategiach marek

Moduł 3: Identyfikacja wizualna

Logo i kolorystyka

- Znaczenie logo i kolorystyki w identyfikacji wizualnej
- Ćwiczenia: Projektowanie logo i dobór kolorystyki

Typografia i materiały drukowane

- Rola typografii
- Projektowanie materiałów drukowanych
- Ćwiczenia: Tworzenie wizytówek i broszur

Materiały elektroniczne

- Tworzenie spójnych materiałów elektronicznych
- Ćwiczenia: Projektowanie newsletterów i postów na social media

Warsztaty praktyczne

- Praca w grupach nad projektami identyfikacji wizualnej
- Prezentacja i omówienie wyników

Moduł 4: Narzędzia komunikacji

Cele komunikacji

- Definiowanie celów komunikacji
- Ćwiczenia: Ustalanie celów komunikacyjnych

Marketing treści i marketing internetowy

- Tworzenie wartościowych treści
- Strategie marketingu internetowego
- Case studies: Sukcesy kampanii content marketingowych

Social media i event marketing

- Wykorzystanie mediów społecznościowych
- Organizacja i promocja wydarzeń
- Ćwiczenia: Planowanie kampanii w social media

Relacje z mediami, sponsoring i reklama tradycyjna

- Budowanie relacji z mediami
- Planowanie sponsoringu i reklamy tradycyjnej
- Ćwiczenia: Tworzenie planu komunikacji

Moduł 5: Budżetowanie i rozliczanie komunikacji

Budżetowanie komunikacji

- Tworzenie budżetu komunikacyjnego
- Ćwiczenia: Przygotowanie budżetu dla kampanii komunikacyjnej

Rozliczanie komunikacji

- Metody monitorowania i oceny skuteczności działań komunikacyjnych
- Narzędzia do analizy wyników kampanii
- Ćwiczenia: Analiza case study i tworzenie raportów końcowych

Podsumowanie szkolenia

- Przegląd zdobytej wiedzy i umiejętności
- Omówienie realnych planów działania uczestników
- Sesja pytań i odpowiedzi oraz feedback od uczestników

Szkolenie jest prowadzone w ilości 20 godzin dydaktycznych. 1 godzina dydaktyczna to 45 minut.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Szkolenie dzień 1	kamila sanok	22-08-2024	08:30	15:30	07:00
2 z 4 Szkolenie dzień 2	kamila sanok	23-08-2024	08:30	14:30	06:00
3 z 4 Test wiedzy.	-	23-08-2024	14:30	15:15	00:45
4 z 4 Zakończenie szkolenia.	kamila sanok	23-08-2024	14:45	15:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 900,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 900,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	145,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	145,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

kamila sanok

Kamila Sanok absolwentka Uniwersytetu Ekonomicznego w Poznaniu i Wyższej Szkoły Bankowej w Poznaniu. Podczas swojej drogi zawodowej pracowała jako dyrektor sprzedaży w Renault Polska sp. z o., oraz na stanowisku trenera wewnętrznego w sieci Renault, od 7 lat prowadzi swoją firmę consultingową. Bogate doświadczenie zawodowe oraz umiejętności zdobyte podczas pracy na sali szkoleniowej. Ulubiony zakres tematyczny szkoleń to tematyka z zakresu:
- szkolenia z zakresu sprzedaży,

- warsztaty motywacji,
 - budowania zespołu,
 - szkolenie z social mediów,
 - budowania wizerunku w sieci,
 - organizacji i technik pracy,
 - warsztaty praktyczne z zakresu doradztwa finansowego i sprzedażowego,
 - szkolenia z tematyki związanej z pozyskaniem dofinansowania na rozwój firmy już istniejącej,
 - środki pomocowe z funduszy europejskich, pożyczki z UE, projekt JEREMI
 - prowadzenie autorskiego programu Akademia Trenera, projekt który prowadzi kursanta krok po kroku jak stać się skutecznym trenerem,
- Przepracowała ponad 1000 godzin na sali szkoleniowej jej praca daje jej ogromną satysfakcję oraz radość.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzymie materiały szkoleniowe, prezentację oraz cae study w wersji on line na email.

Warunki techniczne

Komputer, internet, Ms Office.

Kontakt



kamila sanok

E-mail dotacjedlapolski@wp.pl

Telefon (+48) 509 580 034