



EDUGATE SPÓŁKA Z  
OGRANICZONĄ  
ODPOWIEDZIALNOŚ  
CIĄ



## Szkolenie pt. Efektywne reagowanie na opinie klientów w Internecie: narzędzia i strategie komunikacji

Numer usługi 2024/07/24/149170/2235542

📍 Poznań / mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 36 h

📅 17.09.2024 do 26.09.2024

7 563,27 PLN brutto

6 149,00 PLN netto

210,09 PLN brutto/h

170,81 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / PR
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Właściciele i pracownicy firm, niezależnie od pełnionych funkcji, poziomu doświadczenia, zakresu obowiązków, a także poziomu wiedzy i umiejętności. Szkolenie jest zaprojektowane tak, aby uczestniczyły w nim osoby z różnych działów firmy, co umożliwi wspólną pracę nad opracowywaniem strategii zarządzania opiniami klientów. Integracja różnorodnych perspektyw i kompetencji pozwoli na osiągnięcie spójnego i efektywnego przekazu oraz budowanie pozytywnego wizerunku przedsiębiorstwa w internecie.
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	3
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	16-09-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	mieszana (stacjonarna połączona z usługą zdalną w czasie rzeczywistym)
<b>Liczba godzin usługi</b>	36
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie przygotowuje uczestników do samodzielnego reagowania na opinie klientów publikowane w internecie. Uczestnicy będą potrafili efektywnie odpowiadać na pozytywne i negatywne wypowiedzi, używając odpowiednich narzędzi monitorowania i analizowania opinii. Nauczą się budować relacje z klientami poprzez przemyślane odpowiedzi, rozwiązywać problemy zgłaszane przez klientów oraz integrować zarządzanie opiniami z ogólną strategią komunikacyjną firmy, wzmacniając tym samym jej pozytywny wizerunek

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozumie podstawy WordPressa i jego zastosowanie w branży medycznej	Wymienia główne funkcje i zalety WordPressa dla stron medycznych	Test teoretyczny
	Porównuje WordPress z innymi CMS pod kątem potrzeb medycznych	Test teoretyczny
Instaluje i konfiguruje WordPressa z uwzględnieniem specyfiki branży medycznej	Wybiera i rejestruje odpowiednią domenę oraz hosting dla serwisu medycznego	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Instaluje WordPressa i konfiguruje go, zapewniając zgodność z regulacjami ochrony danych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Wybiera i dostosowuje szablony pod kątem stron medycznych	Dobiera szablon spełniający wymogi użyteczności i estetyki medycznej strony WWW	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Dostosowuje wybrany szablon do konkretnych potrzeb serwisu medycznego.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Produkuje treści zgodne z najlepszymi praktykami SEO dla branży medycznej	Obserwacja w warunkach symulowanych
Tworzy i optymalizuje treści dla branży medycznej	Wykorzystuje różne formaty treści (tekst, obraz, wideo) do edukacji pacjentów.	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Integruje stronę medyczną z profilami w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych
Efektywnie wykorzystuje media społecznościowe do promocji serwisu medycznego	Planuje i realizuje kampanie promocyjne serwisu w mediach społecznościowych	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Rozwija i utrzymuje stronę WWW w branży medycznej	Zarządza treścią serwisu, aktualizuje informacje i monitoruje bezpieczeństwo strony	Obserwacja w warunkach symulowanych
	Analizuje ruch na stronie i optymalizuje ją pod kątem lepszego zaangażowania użytkowników	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, wydawane zaświadczenie 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, wydawane 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?**

Tak, wydawane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

## Program

#### Wprowadzenie do zarządzania opiniami klientów

- Znaczenie opinii klientów dla wizerunku firmy
- Rodzaje opinii: pozytywne, negatywne i neutralne

#### Narzędzia do monitorowania opinii

- Przegląd narzędzi do monitorowania wypowiedzi klientów online
- Konfiguracja i korzystanie z wybranych narzędzi

#### Analiza opinii

- Jak rozpoznawać kluczowe informacje w opiniach klientów
- Techniki analizowania emocji i tonu wypowiedzi

#### Reagowanie na pozytywne opinie

- Techniki odpowiedzi na pozytywne komentarze
- Budowanie relacji z zadowolonymi klientami

## Reagowanie na negatywne opinie

- Kroki do podejmowania w przypadku negatywnych komentarzy
- Jak skutecznie rozwiązywać problemy zgłaszane przez klientów

## Praktyczne ćwiczenia

- Symulacje odpowiedzi na różne typy opinii
- Praca w grupach: tworzenie przykładowych odpowiedzi

## Strategie długoterminowe

- Budowanie strategii zarządzania opiniami klientów
- Integracja reakcji na opinie z ogólną strategią komunikacyjną firmy

## Przykłady i case studies

- Analiza przykładów z branży medycznej i innych sektorów
- Dyskusja na temat najlepszych praktyk

## Podsumowanie i sesja pytań i odpowiedzi

- Kluczowe wnioski ze szkolenia
- Odpowiedzi na pytania uczestników
- Planowanie dalszych działań i rozwój umiejętności

## Walidacja

- Test

## Dodatkowe informacje:

- Szkolenie realizowane w formie hybrydowej, z udziałem trenera
- Podane godziny zajęć to godziny dydaktyczne (45 minut)
- Interaktywne metody nauczania, ćwiczenia praktyczne, dyskusje.
- Warunkiem ukończenia jest aktywny udział i zaliczenie testu.
- Dostęp do komputera z internetem, kamerą i mikrofonem jest niezbędny.

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin	Forma stacjonarna
Brak wyników.						

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	7 563,27 PLN

<b>Koszt przypadający na 1 uczestnika netto</b>	6 149,00 PLN
<b>Koszt osobogodziny brutto</b>	210,09 PLN
<b>Koszt osobogodziny netto</b>	170,81 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Tomasz Lisiecki

Tematyka: strategie komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, public relations, media relations. Doświadczony trener wystąpień publicznych, specjalista od PR i wykładowca akademicki. Z wykształcenia jest dziennikarzem, specjalistą marketingu politycznego, product brand managerem. Prowadzi agencję public relations 108 PR. Tworzy strategie komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej, wspiera organizacje we współpracy z mediami, doradza organizacjom w sytuacjach kryzysowych. W ostatnich 5 latach przeszkolił kilkaset osób publicznych: przedsiębiorców, liderów i działaczy społecznych, polityków, artystów w zakresie wystąpień publicznych, konstruowania przekazu i wykorzystania mediów społecznościowych. Doradza osobom publicznym w zakresie budowy i wzmocnienia wizerunku oraz politykom w kampaniach wyborczych. Przez 20 lat pracował w mediach jako dziennikarz, korespondent zagraniczny i wojenny. Pracował w Polskiej Agencji Prasowej, Gazecie Prawnej, Telewizji Polsat/Polsat News. Publikował w Polityce, Tygodniku Powszechnym, Gazecie Wyborczej, Głosie Wielkopolskim, Radiu Merkury, WTK i innych mediach. Ma doświadczenie w samorządzie. Był dyrektorem ds. komunikacji społecznej – odpowiadał za promocję Poznania i działanie biura prasowego w Gabinetie Prezydenta Poznania.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Prezentacja oraz przykłady dobrych praktyk.

## Warunki techniczne

Szkolenie prowadzone z wykorzystaniem Microsoft Teams

(<https://www.microsoft.com/pl-pl/microsoft-teams/groupchat-software/>).

Aby skorzystać ze szkolenia online, potrzebny jest komputer, laptop, tablet lub telefon ze stabilnym łączem internetowym i bez blokad firmowych.

Zalecana minimalna prędkość pobierania danych: 10 Mb/s oraz prędkość wysyłania: 5 Mb/s.

Twój komputer powinien posiadać minimum: najnowszą wersję przeglądarki internetowej (najlepiej Google Chrome), 2-rdzeniowy procesor 1,6 GHz lub szybszy, pamięć 4 GB pamięci RAM (wersja 32-bitowa – 2 GB), jeżeli chcesz zadawać pytania głosowo, konieczny jest mikrofon.

Dodatkowo, wszyscy mogą zadawać pytania za pośrednictwem chatu online.

Możesz korzystać z aplikacji Teams na urządzeniu z systemem iOS lub Android.

Telefony i tablety z systemem Android: Aplikacja Teams współpracuje z urządzeniami z systemem Android przy użyciu czterech ostatnich podstawowych wersji systemu operacyjnego. Ponieważ nowe wersje systemu Android OS są opublikowane, najstarsza wersja nie będzie już obsługiwana.

Telefony iPhone, tablety iPad i iPods: Zespoły działają na urządzeniach z systemem iOS w wersji 11 i wyższej. Aby uzyskać najlepsze środowisko, użyj najnowszej wersji systemów iOS i Android.

## Adres

ul. Stanisława Zwierzchowskiego 31a

61-249 Poznań

woj. wielkopolskie

## Kontakt



**Marcin Ruta**

**E-mail** [marcin.ruta@edugate.org.pl](mailto:marcin.ruta@edugate.org.pl)

**Telefon** (+48) 606 985 698