



Planowanie i prowadzenie działań marketingowych w mediach społecznościowych (Social Media) - szkolenie

Numer usługi 2024/08/01/9718/2247270

2 214,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

221,40 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



- 📍 zdalna w czasie rzeczywistym
- 📄 Usługa szkoleniowa
- 🕒 10 h
- 📅 02.10.2024 do 04.10.2024

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Zapraszamy wszystkich, którzy potrzebują kompleksowego utrwalenia wiedzy w zakresie social mediów, a w szczególności: <ul style="list-style-type: none">osoby, które działają online oferując usługi lub produktyspecjaliści e-marketingu i PR odpowiedzialni za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientamihandlowcy pozyskujący klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	01-10-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	10
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa "Planowanie i prowadzenie działań marketingowych w Social Mediach" przygotowuje do prowadzenia samodzielnych działań w zakresie strategii i taktyk w mediach społecznościowych, znajomości celów i KPI, określania taktycznych działań, identyfikowania grupy docelowej i skutecznego docierania do potencjalnych klientów, do znajomości i odpowiedniego wykorzystania platform w mediach społecznościowych, prowadzenia na nich działań marketingowych, oraz mierzenia efektywności.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
planuje i prowadzi działania marketingowe w mediach społecznościowych, stosując adekwatne strategie i taktyki	charakteryzuje strategię marketingową dla wybranych mediów społecznościowych, uwzględniającej cele, grupy docelowe, harmonogram publikacji, budżet oraz wskaźniki efektywności (KPI). Dobiera odpowiednie taktyki i narzędzia do realizacji strategii	Test teoretyczny
przygotowuje i dystrybuuje treści z wykorzystaniem algorytmów dla poszczególnych kanałów internetowych	planuje tworzenie angażujących treści dostosowanych do specyfiki poszczególnych platform społecznościowych (format, długość, styl). Wykorzystanie narzędzi do analizy i optymalizacji treści pod kątem algorytmów (np. zasięg, interakcje, czas publikacji). Publikacja treści w optymalnych terminach i częstotliwości dla każdego kanału	Test teoretyczny
komunikuje się z odbiorcami w sposób adekwatny dla grupy docelowej i pomagający osiągnąć założone cele	dobiera spójny i angażujący przekaz w komunikacji z odbiorcami. dobiera język, styl i ton komunikacji do specyfiki grupy docelowej	Test teoretyczny
planuje działania w harmonogramie treści bądź kalendarzu contentowym	planuje szczegółowo harmonogram publikacji treści w mediach społecznościowych. Dobiera w harmonogramie różnorodne formaty treści (posty, relacje, filmy, ankiety itp.). Regularnie aktualizuje harmonogram i dostosowuje go do zmieniających się potrzeb i okoliczności.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
posługuje się odpowiednimi narzędziami (sprzętem i oprogramowaniem)	"dobiera narzędzia do obsługi zarządzania mediami społecznościowymi Wykorzystuje narzędzia do analizy i monitoringu mediów społecznościowych Charakteryzuje narzędzia do tworzenia i edycji grafik i wideo	Test teoretyczny
monitoruje skuteczność i efektywność wdrażanych rozwiązań	Definiuje kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla działań w mediach społecznościowych - zasięg, zaangażowanie, konwersje	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?

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

Program

1. Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - 2h 30 min

- cele i KPI w social media – od zasięgów po sprzedaż
- planowanie działań taktycznych w mediach społecznościowych krok po kroku
- kategorie i narzędzia społecznościowe - od serwisów społecznościowych przez blogi po influencerów
- wady i zalety social media, czyli świadomość wyboru narzędzi
- grupa docelowa i adresaci kampanii – kto i jak korzysta z social media?

2. Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - 2 h 30 min

a) Facebook:

- jak identyfikować grupę docelową i skutecznie docierać do potencjalnych klientów? FB Audience Insights w praktyce
- co wybrać i na co postawić? - zasięg organiczny, płatny, wirusowy
- komunikacja organiczna - jak pisać angażujące posty i skłaniać do akcji?
- reklama na Facebooku krok po kroku - od celów przez formaty do pomiaru skuteczności
- przegląd możliwości reklamowych FB i IG Grupy podobnych i niestandardowych odbiorców

b) Instagram:

- strategiczne sposoby na zaistnienie na IG
- tworzenie własnego kanału krok po kroku
- jak tworzyć angażujące reklamy na IG?
- reklama na IG od A do Z – formaty, koszty, efektywność
- współpraca z youtuberami i digital influencerami oraz sieciami MCN - zasady, wybór, koszty
- kreatywne sposoby na IG i przykłady skutecznych komunikacji/kampanii

c) Pozostałe platformy społecznościowe:

- YouTube krok po kroku – jak się reklamować na YT?
- TikTok i Pinterest - to co najważniejsze: co, jak i dla kogo?
- LinkedIn - komunikacja B2B, reklama i personal branding w pigułce

3. Pozostałe aktywności i działania związane z SM - 2 h 30 min

- monitoring sieci i social listening
- UGC (User Generated Content)
- komunikacja RTMowa
- influencer marketing
- przegląd narzędzi social media managera

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w mediach społecznościowych wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

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

Usługę skierowana jest do osób potrzebując kompleksowego utrwalenia wiedzy w zakresie social mediów, a w szczególności:

- osoby, które działają online oferując usługi lub produkty
- specjaliści e-marketingu i PR odpowiedzialni za pozyskiwanie i utrzymywanie relacji z klientami
- handlowcy pozyskujący klientów w działaniach bezpośrednich (telefon, e-mail)

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

W trakcie usługi trener będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem: rozmowy na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne, które będą obejmować m.in.:

- planowanie i projektowanie komunikacji
- moderowana dyskusja
- dobranie hashtagów do postu
- zaplanowanie planu postów na tydzień
- stworzenie copy pod personę

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 4

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 4 Strategie i taktyki w mediach społecznościowych - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Błacha	02-10-2024	10:30	13:00	02:30
2 z 4 Facebook i Instagram i inne platformy społecznościowe - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Błacha	03-10-2024	10:30	13:00	02:30
3 z 4 Pozostałe aktywności i działania związane z SM - Ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, testy, ankiety, współdzielenie ekranu	Anna Ledwoń-Błacha	04-10-2024	10:30	13:00	02:30
4 z 4 Walidacja	Anna Ledwoń-Błacha	04-10-2024	13:00	13:10	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Anna Ledwoń-Blacha

Z marketingiem związana od 11 lat, od 6 lat szkoli i prowadzi warsztaty z zakresu e-marketingu (m.in. social media, content marketingu, zarządzanie projektami itp). Na sali szkoleniowej - fizycznej jak i wirtualnej spędziła już ponad 2000 godzin.

Autorka w takich magazynach jak Event Management Polska, Social Media Manager, NowyMarketing, Marketer+, Nowa Sprzedaż czy Social Press. Szkoleniowiec - głównie w zakresie mediów społecznościowych i customer experience. Była trenerka w agencji Socjomania, gdzie szkoliła z mediów społecznościowych, obecnie trenerka w IAB Polska. Współautorka kilku kursów e-learningowych.

Posiada międzynarodowy certyfikat DIMAQ PROFESSIONAL potwierdzający wiedzę i doświadczenie z zakresu digital marketingu. Zwycięzczyni jednej z edycji sprawny.marketing oraz ambasadorka Małopolskiego Festiwalu Innowacji. Wykładowca studiów podyplomowych na Akademii Górniczo-Hutniczej czy Wyższej Szkole Handlowej we Wrocławiu.

Pracowała z takimi klientami, jak: Eurobank, Pandora, Akamai, Venezia, Capgemini, PKL, DKMS, InPost, Pracuj.pl czy Lufthansa Global Services.

Ukończyła studia podyplomowe z zakresu Technologii informacyjnych w marketingu na Wyższa Szkoła Europejska oraz studia magisterskie z zakresu zarządzania i marketingu na Akademia Górniczo-Hutnicza im. S. Staszica w Krakowie. Zafascynowana człowiekiem i jego emocjami. Zgłębia temat customer experience oraz nowych mediów.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt kontakt@dimaq.eu 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.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Zalecane źródła do dalszego samokształcenia:

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/przewodnik-po-influencer-marketingu-czesc-i/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/branze-regulowane-w-social-media/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/social-media-w-czasach-zarazy-pobierz-publicacje-w-wersji-polskiej-i-angielskiej/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/przewodnik-po-social-media-w-polsce/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/poradnik-spolecznosci/>

<https://raportstrategiczny.iab.org.pl>

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom. 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.

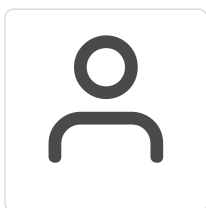
System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Poczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599