

PROFITONIC Maciej
Leonard

Social Media Manager- Marketing - jak skutecznie budować markę osobistą i promować swoją firmę

Numer usługi 2024/09/30/119739/2334459

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 30 h

📅 04.11.2024 do 18.11.2024

5 700,00 PLN brutto

5 700,00 PLN netto

190,00 PLN brutto/h

190,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Pracownicy i właściciele z sektora marketingu i handlu, związane ze sprzedażą towarów i usług B2B; osoby, które samodzielnie chcą poszerzyć swoje kwalifikacje o elementy budowania relacji z klientami biznesowymi; zawodowo są związane z prowadzeniem sprzedaży aktywnej.
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	16
Data zakończenia rekrutacji	01-11-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	30
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Certyfikat systemu zarządzania jakością wg. ISO 9001:2015 (PN-EN ISO 9001:2015) - w zakresie usług szkoleniowych

Cel

Cel edukacyjny

Podniesienie umiejętności w zakresie profesjonalnego zarządzania profilem strategią marketingu internetowego firmy w tym firmy w social media. Uczestnik pozna metody opracowywania skutecznych strategii marketingu internetowego, w social mediach,

dzięki którym wyróżni się na tle konkurencji, co przełoży się na zwiększenie ilości odbiorców Kursant pozna sposoby na zdobywanie nowych obserwujących oraz na wzbogacenie działań promocyjnych poprzez wykorzystanie nowoczesnych technik i zasad reklamy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
<p>Wiedza:</p> <p>Samodzielnie sporządza analizę wybranego segmentu rynku, przygotowuje plan sprzedaży, redaguje ofertę i określa sposób jej prezentacji. Zna zasady i techniki reklam w social media oraz ich zastosowania w firmie; Opisuje różnice w social mediach Uczestnik zna zasady budowania relacji z klientami i przyciągania nowych klientów oraz potrafi usprawnić proces komunikacji z klientami za pomocą mediów społecznościowych; Wskazuje zakres wykorzystania content marketingu w social mediach Potrafi określić cele i budżet reklamowy; Posiada wiedzę z zakresu tworzenia i budowania marki i wizerunku własnej firmy; Potrafi identyfikować profil klienta oraz grupy docelowej Posługuje się wiedzą dotyczącą pojęcia marki - posługuje się wiedzą dotyczącą poziomów na jakich funkcjonuje marka Posługuje się wiedzą dotyczącą pojęcia wartości dodanej i użyteczności w budowaniu marki Posługuje się wiedzą dotyczącą aspektów budowania marki produktu lub usługi</p>	<p>Walidacja na początku usługi w formie PRE-TEST-u</p> <p>Na koniec usługi w formie POST-TEST-u</p>	<p>Test teoretyczny</p>

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

Ramowy program usługi

1. WPROWADZENIE DO MARKETINGU INTERNETOWEGO - NARZĘDZIA KOMUNIKACJI W INTERNECIE

- Marka i jej rodzaje oraz znaczenie w rozwoju przedsiębiorstwa
- Strategia i narzędzia marketingu internetowego
- Marketing narracyjny w procesie budowania marki osobistej, usługi, produktu
- Strategia i narzędzia marketingu internetowego
- Narzędzia marketingu B2B i B2C wspierające budowanie relacji i lojalności z obecnymi oraz potencjalnymi klientami
- Rodzaje social media
- Budowa strategii social media

2. FACEBOOK

- Facebook - dlaczego warto? Skuteczne promowanie lokalnej marki – case studies
- Jak poprawnie powinna wyglądać Twoja strona firmowa na FanPage – jej niezbędne elementy
- Facebookowe Błędy – najczęściej powtarzane i popełniane błędy w reklamie
- Ruch organiczny i płatny – podział działań na Facebook’u
- Kim jest Twój klient? Określenie profilu klienta oraz grupy docelowej – praktyczne ćwiczenie
- 50 pomysłów na posty, które angażują fanów – gotowe rozwiązania dla uczestników szkolenia
- Ustal CEL i stwórz harmonogram działania – strategia reklamowa
- Tworzenie strony – FanPage – zajęcia praktyczne, uzupełnienie najważniejszych danych, zdjęcia profilowe oraz zdjęcia w tle

3. INSTAGRAM

- Dlaczego warto być na Instagramie?
- Jak działać na tym medium społecznościowym, jak się komunikować, ile dodawać postów, jakie formy postów zastosować do zwiększenia zaangażowania odbiorcy
- Warsztaty Instagram marketing – stories
- Tworzenie relacji na Instagramie
- Historia relacji i dane liczbowe
- Narzędzia do tworzenia relacji na Instagramie
- Nauka obsługi ww. narzędzi
- Wiedza o hashtagach – kiedy używać, czym one są, jak je kategoryzować
- O czym pisać na Instagramie?

4. REKLAMY W SOCIAL MEDIA - wdrażanie strategii marketingu internetowego

- Pozyskiwanie leadów sprzedażowych - po co to robimy?
- Content marketing w social mediach
- Narzędzia social sellingu
- Budowa person sprzedażowych
- Social Selling w praktyce
- Ruch płatny na Facebook’u oraz Instagramie – czy warto tworzyć reklamy?
- Zaznajomienie z Menedżerem Reklam – system wgranym na Facebook’u do tworzenia reklam
- Tworzenie krok po kroku swojego konta reklamowego – zajęcia praktyczne
- Cel Reklamowe – czym są cele i co każdy oznacza i kiedy który wykorzystać
- Budżet – jaki wybrać, dzienny czy całkowity, czym się różnią?
- Rodzaje kreacji marketingowych – który się kiedy opłaca?
- Umiejscowienie reklamy – kiedy automatyczne a kiedy ręczne?
- Wskaźniki reklam – jak je czytać?
- Geolokalizacja
- Grupa docelowa – targetowanie rozszerzone

- System IOS – dlaczego jeżeli kierujemy ruch na osoby z tym systemem, nasze wyniki mogą być słabsze?
- Grupa remarketingowa – jej tworzenie i wyjaśnienie czym jest, źródła jej pochodzenia
- Grupa zimna – look a like
- Tworzenie DarkPosta

5. PROGRAMY GRAFICZNE I APLIKACJE

- Zapoznanie z narzędziem Canva i podstawy przygotowania angażującej grafiki
- Nauka tworzenia zdjęcia w tle
- Nauka tworzenia zdjęcia w tle relacji wyróżnionych na Instagramie
- Zapoznanie się z aplikacjami, które mogą poprawić, ulepszyć wygląd kont Social Media oraz komunikację z Klientem

6. KREACJE MARKETINGOWE

- Wdrażanie strategii marketingu internetowego - tworzenie materiałów audio i video na potrzeby marketingu – dlaczego to jest ważne?
- Dlaczego to wizualizacja jest najważniejsza w reklamie?
- Dlaczego warto postawić na video w reklamie?
- Jakie rozmiary grafik tworzyć do postów reklamowych?
- Jakie kreacje reklamowe działają i dlaczego? Na co zwracać uwagę?

7. COPYWRITING

Jak pisać skuteczne posty? – tricki copywritingowe

- Jak zwracać się do naszego odbiorcy?
- Skuteczne formy postów

8. KOMUNIKACJA Z KLIENTEM / PSYCHOLOGIA SPRZEDAŻY USŁUGI

- Jak pisać z Klientką? Skuteczna rozmowa pisemna
- Badanie potrzeb Klienta
- Budowanie autentyczności i zaufania
- Tworzenie relacji długofalowej – jak skutecznie crossować swoje produkty i sprzedawać ich kilka jednemu Klientowi?
- Psychologiczny profil Klienta

Usługa trwa 30 godzin dydaktycznych [1godzina dydaktyczna=45minut].

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

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

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	5 700,00 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	5 700,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	190,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	190,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Olga Kowalczyk

Olga Kowalczyk

Olga Kowalczyk

Olga Kowalczyk- pedagog, Social media manager oraz specjalista od Video marketingu. . Absolwentka Akademii pedagogiki specjalnej w Warszawie, Wyższej Szkoły Inżynierii i Zdrowia o kierunku- Trychologia, Prywatnej Szkoły w Warszawie - Social Media Manager. Stale podnosi swoje kwalifikacje uczestnicząc w licznych szkoleniach oraz kongresach. Pomaga przedsiębiorcom rozwijać swoje firmy poprzez nowoczesne Social media, a tym samym wnieść je na wyższy poziom.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik w dniu rozpoczęcia szkolenia otrzyma materiały do szkolenia.

Zgodnie z zakresem tematycznym usługi uczestnik będzie posiadał:

- dostęp do literatury fachowej (skrypty, strony internetowe)

Informacje dodatkowe

Szkolenie składa się z zajęć teoretycznych i praktycznych.

Każdy uczestnik otrzyma skrypt z materiałami szkolenia w formie papierowej oraz elektronicznej do pobrania na platformie na , której będą odbywać się zajęcia online.

Adres realizacji usługi - forma zdalna - Broniewskiego 6c/7 15-730 Białystok

Warunki techniczne

Uczestnik musi dysponować:

- wbudowane lub zewnętrzne głośniki lub słuchawki

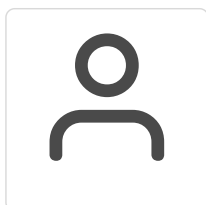
- wbudowany lub zewnętrzny mikrofon

- wbudowana lub zewnętrzna klawiatura

- mysz lub wbudowany touchpad/klucz operatorów

Dostęp do internetu minimalne wymagania (wyrażone w prędkości łącza internetowego): Dźwięk - 512 kbps, Dźwięk + obraz SD - 512 kbps + 1 Mbps, Dźwięk + obraz HD - 512 kbps + 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb LiteQ) - 2 Mbps, Współdzielenie ekranu (Tryb HighQ) - 2-5 Mbps, Współdzielenie ekranu (oparte na przeglądarce) - 1-4 Mbps. Uaktualniona wersja przeglądarki internetowej.

Kontakt



Maciej Leonard

E-mail maciejleonard@gmail.com

Telefon (+48) 514 970 108