



Budowanie marki osobistej i jak zarządzać wizerunkiem w sieci

Numer usługi 2024/10/28/160858/2384818

3 245,00 PLN brutto

3 245,00 PLN netto

180,28 PLN brutto/h

180,28 PLN netto/h

PROGRESSION

SPÓŁKA Z

OGRANICZONĄ

ODPOWIEDZIALNOŚ

CIĄ



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 18 h

📅 18.01.2025 do 19.01.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Organizacja
Sposób dofinansowania	wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Odbiorcami szkolenia są specjaliści ds. marketingu, sprzedaży, przedsiębiorcy, a także osoby zajmujące się budowaniem marki osobistej i firmowej. Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które chcą zdobyć umiejętności w zakresie content marketingu, zwiększenia zasięgu i zaangażowania oraz efektywnego korzystania z LinkedIn w celach sprzedażowych.
Minimalna liczba uczestników	8
Maksymalna liczba uczestników	18
Data zakończenia rekrutacji	17-01-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	18
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

Szkolenie ma na celu wyposażenie uczestników w narzędzia i strategie związane z tworzeniem wartościowych treści marketingowych, które przyciągają klientów i budują wizerunek ekspercki. Uczestnicy dowiedzą się również, jak efektywnie wykorzystać LinkedIn do budowania marki, generowania leadów sprzedażowych oraz rozwijania kontaktów biznesowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Opisuje cechy marki eksperckiej oraz zasady jej budowania, które przyciągają klientów i partnerów.	Wymienia cechy charakterystyczne dla marki eksperckiej.	Test teoretyczny
	Opisuje sposoby budowania marki eksperckiej w content marketingu.	Test teoretyczny
Wymienia i opisuje strategie content marketingu przyciągające uwagę klientów.	Wymienia trzy popularne strategie content marketingu.	Test teoretyczny
	Opisuje, jak wybrane strategie wpływają na zaangażowanie odbiorców.	Test teoretyczny
Przedstawia zasady przygotowania i prowadzenia webinarów angażujących odbiorców.	Wymienia elementy skutecznego webinaru.	Test teoretyczny
	Opisuje techniki zwiększające zaangażowanie uczestników podczas webinaru.	Test teoretyczny
Wyjaśnia zasady tworzenia wartościowych artykułów na bloga, które wyróżniają się na tle innych.	Wskazuje cechy wartościowego artykułu blogowego.	Test teoretyczny
	Opisuje sposoby zwiększania atrakcyjności artykułów dla czytelników.	Test teoretyczny
Opisuje kroki nagrywania i dystrybucji podcastów, które przyciągają i angażują słuchaczy.	Wymienia etapy tworzenia podcastu.	Test teoretyczny
	Opisuje kanały dystrybucji podcastów.	Test teoretyczny
Wyjaśnia, jak zastosować content marketing do sprzedaży produktów i usług.	Wymienia sposoby zastosowania content marketingu w sprzedaży.	Test teoretyczny
	Opisuje przykłady kampanii sprzedażowych wykorzystujących content marketing.	Test teoretyczny
Przedstawia metody tworzenia treści, które budują wizerunek i angażują odbiorców.	Opisuje wpływ jakości treści na wizerunek marki.	Test teoretyczny
	Wymienia metody zwiększające lojalność odbiorców poprzez treści.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wymienia kluczowe elementy strony osobistej lub firmowej, które wpływają na jej skuteczność.	Wskazuje elementy, które powinna zawierać skuteczna strona firmowa.	Test teoretyczny
	Opisuje, jak poszczególne elementy strony wpływają na zaangażowanie klientów.	Test teoretyczny
Wymienia narzędzia i platformy do marketingu online, w tym te, które stosują AI.	Wymienia narzędzia AI wykorzystywane w marketingu online.	Test teoretyczny
	Opisuje zastosowania wybranych narzędzi w zwiększaniu zasięgu i konwersji.	Test teoretyczny
Wyjaśnia rolę LinkedIn w budowaniu marki osobistej i nawiązywaniu kontaktów biznesowych.	Opisuje korzyści płynące z budowania marki osobistej na LinkedIn.	Test teoretyczny
	Wymienia funkcje LinkedIn wspierające networking.	Test teoretyczny
Charakteryzuje kluczowe elementy profilu LinkedIn, które budują zaufanie i przyciągają uwagę.	Wskazuje elementy profilu wpływające na budowanie zaufania.	Test teoretyczny
	Opisuje, jak zoptymalizować profil w celu przyciągnięcia uwagi odbiorców.	Test teoretyczny
Opisuje zasady budowania i zarządzania siecią kontaktów na LinkedIn.	Wymienia metody nawiązywania kontaktów na LinkedIn.	Test teoretyczny
	Opisuje, jak zarządzać kontaktami w celu maksymalizacji wartości sieci.	Test teoretyczny
Przedstawia zasady tworzenia i publikowania angażujących treści na LinkedIn.	Wymienia rodzaje treści, które budują markę na LinkedIn.	Test teoretyczny
	Opisuje metody mierzenia skuteczności treści na LinkedIn.	Test teoretyczny
Wymienia narzędzia i techniki generowania leadów oraz nawiązywania kontaktu z klientami na LinkedIn.	Opisuje, jak generować leady na LinkedIn.	Test teoretyczny
	Wymienia narzędzia wspierające sprzedaż B2B na LinkedIn.	Test teoretyczny
Opisuje techniki monitorowania rynku i analizowania działań konkurencji	Wymienia metody analizy rynku na LinkedIn.	Test teoretyczny
	Opisuje, jak monitorowanie konkurencji wpływa na strategie marketingowe.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Wskazuje zaawansowane funkcje LinkedIn i ich zastosowania w budowaniu marki i sprzedaży.	Wymienia funkcje, takie jak LinkedIn Sales Navigator i Analytics.	Test teoretyczny
	Opisuje zastosowanie LinkedIn Ads w kampaniach sprzedażowych.	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

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

Szkolenie odbywa się w godzinach zegarowych.

Moduł 1. Strategie i narzędzia content marketingu.

- Tworzenie silnej marki eksperckiej, która przyciąga klientów i partnerów.
- Strategie content marketingu, czyli jak tworzyć treści, które przyciągają.
- Przygotowanie i prowadzenie webinarów, które angażują i edukują uczestników.
- Pisanie i publikowanie artykułów na blogu, które wyróżniają się i przekonują czytelników.
- Nagrywanie i dystrybuowanie podcastów, które informują i bawią słuchaczy.
- Sprzedawanie produktów i usług z wykorzystaniem content marketingu
- Tworzenie i udostępnianie treści, które budują wizerunek, pokazują ekspertyzę i wartość dodaną dla słuchaczy, zwiększając zaangażowanie i lojalność.
- Tworzenie i zarządzanie stroną osobistą lub firmową, która prezentuje ofertę i zachęca do kontaktu, stanowiącą podstawę marketingu i sprzedaży online.
- Przegląd narzędzi i platform do marketingu i sprzedaży online, w tym te, które wykorzystują AI, dając możliwość zwiększenia zasięgu i konwersji.

Moduł 2. LinkedIn w sprzedaży B2B i budowaniu marki.

- Znaczenie i korzyści z korzystania z LinkedIn jako narzędzia do budowania marki osobistej, nawiązywania kontaktów i generowania wartości dla biznesu
- Optymalizacja profilu LinkedIn – tworzenie profilu, który przyciąga uwagę, prezentuje kompetencje i buduje zaufanie

- Budowanie i zarządzanie siecią kontaktów, korzystanie z grup, wydarzeń i innych funkcji LinkedIn do nawiązywania kontaktów
- Content marketing na LinkedIn – tworzenie, publikowanie i mierzenie skuteczności treści. które angażują odbiorców i budują markę
- LinkedIn w sprzedaży B2B – generowanie leadów, kwalifikowanie i nawiązywanie kontaktu z potencjalnymi klientami, najlepsze praktyki i narzędzia sprzedaży B2B na LinkedIn
- Monitorowanie i analizowanie rynek i konkurencji na Linked
- Zaawansowane funkcjonalności i zastosowania LinkedIn: LinkedIn Learning, LinkedIn Sales Navigator, LinkedIn Ads, LinkedIn Analytics i inne narzędzia

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	3 245,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 245,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	180,28 PLN
Koszt osobogodziny netto	180,28 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 0

Brak wyników.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Każdy uczestnik szkolenia otrzyma od organizatora materiały szkoleniowo - dydaktyczne w formie elektronicznej.

Warunki techniczne

1. Sprzęt komputerowy:

- Wymagany komputer PC lub Mac z dostępem do internetu.
- Zalecana kamera internetowa oraz mikrofon dla udziału w sesjach wideo.

2. Przeglądarka internetowa:

- Zalecane przeglądarki: Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari.
- Wymagane zaktualizowane wersje przeglądarek dla optymalnej wydajności.

3. Stabilne połączenie internetowe:

- Minimalna prędkość łącza: 2 Mbps dla udziału w sesjach wideo.
- Zalecane połączenie kablowe dla stabilności.

4. Platforma MS Teams:

- Konieczne pobranie i zainstalowanie najnowszej wersji aplikacji MS Teams przed szkoleniem.
- Aktywne konto MS Teams (możliwość utworzenia bezpłatnego konta).

5. System operacyjny:

- Kompatybilność z systemem Windows lub macOS.

6. Oprogramowanie dodatkowe:

- Zalecane zainstalowanie najnowszych wersji programów, takich jak przeglądarka, Java, Flash itp.

7. Dźwięk i słuchawki:

- Zalecane użycie słuchawek z mikrofonem dla lepszej jakości dźwięku.
- Sprawdzenie działania dźwięku przed rozpoczęciem szkolenia.

Kontakt



Patrycja Gumkowska

E-mail gumkowska@progression.pl

Telefon (+48) 794 550 601