



BPWS sp. z o.o.



Lubuskie Bony Rozwojowe - Budowanie marki w Internecie: Facebook | Instagram - warsztat

Numer usługi 2024/11/15/46930/2414898

zdalna w czasie rzeczywistym

Usługa szkoleniowa

8 h

21.05.2025 do 04.06.2025

1 600,00 PLN brutto

1 600,00 PLN netto

200,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Warsztat jest dedykowany osobom odpowiedzialnym za marketing i sprzedaż. Program cieszy się największym zainteresowaniem wśród: • blogerów, content marketerów, osób odpowiedzialnych za budowanie wizerunku marki, tworzenie strategii marketingowych, tworzenie identyfikacji wizualnej, • pracowników Działu Marketingu - Specjalistów ds. marketingu, branding, • pracowników Działu Sprzedaży - Specjalistów, Inżynierów ds. sprzedaży, • właścicieli oraz członków kadry menadżerskiej mikro, małych i średnich przedsiębiorstw. Organizujemy warsztaty w formule zamkniętej dla konkretnego przedsiębiorstwa, dostosowując zakres tematyczny do realiów branży. Zapraszamy do kontaktu! http://www.bpws.pl/
Minimalna liczba uczestników	2
Maksymalna liczba uczestników	6
Data zakończenia rekrutacji	20-05-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

Cel

Cel edukacyjny

Usługa szkoleniowa przygotowuje do samodzielnego budowania pozytywnego wizerunku marki w świecie on-line, zwiększania jej rozpoznawalności na najpopularniejszych platformach społecznościowych: Facebook'u i Instagramie; nawiązywania relacji z Odbiorcami, Fanami, Obserwatorami poprzez tworzenie angażujących treści; zwiększania sprzedaży produktów i usług za pomocą skutecznych kampanii reklamowych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje aktualne trendy w zakresie rozwoju social media, wykorzystując obserwowane nurty do opracowania strategii social media opartej na DNA marki.	Uczestnik: identyfikuje źródła wiadomości o aktualnych trendach w zakresie rozwoju social media, ocenia kierunki i uwzględnia obserwowane nurty w strategii social media, identyfikuje, co składa się na DNA marki, określa cechy, atrybuty i wartości, które definiują i identyfikują markę, opisuje zasady budowania świadomości marki w Internecie, planuje i konsekwentnie realizuje wspólnie z interesariuszami / zleceniodawcami wizję marki w strategii social media.	Wywiad swobodny
Uczestnik nawiązuje relacje z grupą docelową, wykorzystując informacje zgromadzone o modelowym Odbiorcy	Uczestnik: gromadzi informacje dotyczące grupy docelowej (język, lokalizacja, wiek, etap życia, dochody, sposób wydawania pieniędzy, wzorce zakupowe, pragnienia i potrzeby, zainteresowania, preferowane kanały komunikacji, cele i wartości), charakteryzuje modelowego Odbiorcę, opracowuje reprezentację idealnego przedstawiciela każdego segmentu Klientów - kreuje imię, cechy demograficzne, biografię osoby, wyszukuje grupę docelową, grupy niestandardowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik pozyskuje Fanów / Obserwatorów.	Uczestnik: identyfikuje segmenty Klientów, precyzyjnie kieruje działania marketingowe do konkretnych segmentów, targetuje i retargetuje komunikaty marketingowe.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik planuje działania w social media.	Uczestnik: odczytuje znaczenie planowania działań w social media, tworzy listę kroków w social media ze szczegółami dotyczącymi harmonogramu i zasobów, rozdziela działania wizerunkowe i sprzedażowe, porównuje działania bezpłatne i płatne, wskazuje pożądane proporcje działań wizerunkowych i sprzedażowych oraz w formach bezpłatnych i płatnych.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik publikuje posty osiągając zakładane zaangażowanie Fanów / Obserwatorów.	Uczestnik: identyfikuje źródła pomysłów na posty, odróżnia rodzaje postów, tworzyć angażujące teksty, odpowiednio dobiera hashtagi, grafiki utrzymuje zaangażowanie Fanów / Obserwatorów.	Wywiad swobodny
Uczestnik tworzy strategię reklamowe.	Uczestnik: wyznacza cele reklamowe, charakteryzuje elementy strategii reklamowej, formułuje strategię reklamową, znana strukturę i funkcje narzędzia Ads Manager.	Obserwacja w warunkach symulowanych
Uczestnik prowadzi kampanie reklamowe.	Uczestnik: konfiguruje kampanie reklamowe, dopasowuje formaty reklam, ocenia realność budżetu kampanii reklamowych, sprawnie weryfikuje przyjęte założenia, mierzy i analizuje skuteczność kampanii reklamowych.	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, dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji 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, dokument 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, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

MARKA W INTERECIE:

- media społecznościowe - aktualne trendy
- **DNA marki** - cechy, atrybuty i wartości, które definiują i identyfikują markę
- budowanie świadomości marki w Internecie
- opracowanie strategii social media

ODBIORCA / FAN / OBSERWATOR:

- modelowy Odbiorca
- zasady nawiązywania relacji z Odbiorcami
- wyszukiwanie grupy docelowej, grupy niestandardowe
- **pozyskiwanie Fanów / Obserwatorów** i utrzymanie ich zaangażowania
- segmentacja rynku, targetowanie i retargetowanie

AKTYWNOŚĆ:

- plan działań wizerunkowych i sprzedażowych
- działania bezpłatne i płatne
- **źródła pomysłów** na posty, rodzaje postów
- tworzenie angażujących tekstów, dobór hashtagów, grafik

REKLAMA:

- cele reklamowe, **strategia reklamowa**
- Ads Manager - struktura i funkcje narzędzia, interfejs konta reklamowego
- konfiguracja kampanii reklamowej, dopasowanie formatów reklam
- budżetowanie kampanii reklamowych
- Facebook Pixel - pomiar i analiza **skuteczności kampanii reklamowych**, remarketing

Warsztat to:

- analiza sytuacji problemowych, w których znaleźli się Uczestnicy, poszukiwanie rozwiązań,
- symulacje.

Prosimy o kontakt celem potwierdzenia liczby Uczestników oraz ustalenia dogodnego dla Państwa terminu i harmonogramu warsztatu.

Usługa szkoleniowa jest realizowana w trybie godzin zegarowych.

W trakcie każdego dnia szkoleniowego zaplanowano przerwę trwającą 15 minut.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Media społecznościowe - aktualne trendy DNA marki. Budowanie świadomości marki w Internecie. Strategia social media. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu.	Karolina Dziwak-Filosek	21-05-2025	12:00	12:45	00:45
2 z 10 Modelowy Odbiorca. Nawiązywanie relacji z Odbiorcami. Grupa docelowa, grupy niestandardowe. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia - Jamboard.	Karolina Dziwak-Filosek	21-05-2025	12:45	14:00	01:15
3 z 10 Przerwa	Karolina Dziwak-Filosek	21-05-2025	14:00	14:15	00:15
4 z 10 Pozyskiwanie Fanów / Obserwatorów i utrzymanie ich zaangażowania. Segmentacja rynku, targetowanie i retargetowanie. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia - Jamboard.	Karolina Dziwak-Filosek	21-05-2025	14:15	15:15	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 10 Plan działań wizerunkowych i sprzedażowych. Działania bezpłatne i płatne. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu.	Karolina Dziwak-Filosek	21-05-2025	15:15	16:00	00:45
6 z 10 Źródła pomysłów na posty, rodzaje postów tworzenie angażujących tekstów, dobór hashtagów, grafik. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia - Jamboard	Karolina Dziwak-Filosek	04-06-2025	12:00	12:45	00:45
7 z 10 Cele reklamowe, strategia reklamowa. Ads Manager - struktura i funkcje narzędzia, interfejs konta reklamowego. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu, ćwiczenia - Jamboard.	Karolina Dziwak-Filosek	04-06-2025	12:45	14:00	01:15
8 z 10 Przerwa	Karolina Dziwak-Filosek	04-06-2025	14:00	14:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
9 z 10 Konfiguracja kampanii reklamowej, formaty reklam. Budżetowanie kampanii reklamowych. Facebook Pixel, remarketing. Forma: rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu.	Karolina Dziwak-Filosek	04-06-2025	14:15	15:30	01:15
10 z 10 Walidacja: obserwacja w warunkach symulowanych, wywiad swobodny.	-	04-06-2025	15:30	16:00	00:30

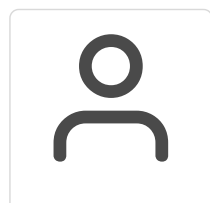
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 600,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 600,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	200,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Karolina Dziwak-Filosek

Specjalistka ds. social mediów. Ukończyła studia magisterskie z zakresu kulturoznawstwa i komunikacji kulturowej na Uniwersytecie Śląskim w Katowicach. Posiada ponad 10-letnie doświadczenie branżowe. Współpracuje z agencjami PR oraz Klientami indywidualnymi. Pomaga w

budowaniu marki. Prowadzi działania wpływające na obecność i prestiż obsługiwanych marek w mediach społecznościowych. Kompleksowo zajmuje się prowadzeniem kampanii reklamowych w social mediach – od strategii, przez budżetowanie, koordynację, wdrożenie, optymalizację, aż po rozliczenia i monitorowanie wyników kampanii. Prowadzi szkolenia i prelekcje dotyczące skutecznej komunikacji w SoMe, kampanii reklamowych, a także influencer marketingu. Przeszkoliła setki osób odpowiedzialnych za komunikację w social media - m.in. w branżach: spożywczej, handlowej, prawniczej, ubezpieczeniowej, leasingowej, farmaceutycznej, sportowej, kosmetycznej, przemysłu ciężkiego, transportu, wodociągów. Występuje na konferencjach poświęconych PR-owi oraz marketingowi internetowemu (m.in. PR w Samorządzie i Administracji Państwowej, X Kongres Innowacyjnego Marketingu w Samorządach), jest gościem podcastów, autorką publikacji w czasopiśmie branżowych. Wykładała w Wyższej Szkole Bankowej w Chorzowie, obecnie związana z Uniwersytetem Merito w Chorzowie.

W okresie 24 miesięcy wstecz od dnia rozpoczęcia usługi szkoleniowej przeprowadził ponad 120 godzin usług szkoleniowych o podobnym zakresie.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnik otrzyma materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej.

Warunki uczestnictwa

Przed rozpoczęciem szkolenia Uczestnik powinien utworzyć konto w serwisach społecznościowych: Facebook, Instagram.

Informacje dodatkowe

- ▶ **wspieramy** na każdym etapie pozyskiwania dofinansowania w ramach projektów oraz ich rozliczania;
- ▶ przygotowujemy dokumenty aplikacyjne, zajmujemy się wszelkimi formalnościami i **kontaktem z Operatorem**;
- ▶ realizujemy warsztaty w **małych grupach**, dzięki czemu Trenerzy mogą poświęcić każdemu Uczestnikowi tyle czasu, ile potrzebuje, pracować z Uczestnikiem na przykładach z jego doświadczenia zawodowego;
- ▶ dbamy o to, aby warsztat był nie tylko szansą do ćwiczenia umiejętności, ale również okazją do **integracji** pracowników.

Współpracujemy z Fundacją Instytut Bezpieczeństwa Informacji, chronimy dane osobowe.

Cieszymy się wysokimi opiniami Klientów!

Nasz profil w Google → https://g.page/r/CXxV_ZsoNwg6EAE

Warunki techniczne

Usługa szkoleniowa prowadzona w formie zdalnej w czasie rzeczywistym - kontakt w ramach telekonferencji z użyciem komunikatora Google Meet.

Minimalne wymagania techniczne:

- dostęp do sieci Internet (łącze sieciowe) o minimalnej szybkości pobierania / przesyłania: 128 kb/s;
- sprzęt elektroniczny (komputer / laptop / smartfon / tablet) z kamerą i mikrofonem oraz z systemem operacyjnym (OS): macOS, Windows, Linux OS, iOS, Android;
- przeglądarka internetowa: Google Chrome, Firefox, Safari, Internet Explorer, Microsoft Edge, Opera.

Przebieg usługi szkoleniowej nie będzie nagrywany zgodnie z wytycznymi Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości z dnia 31.07.2020 r.

Zgodnie z wytycznymi Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości dotyczącymi realizacji usług rozwojowych w formie zdalnej istnieje możliwość zapisu w późniejszym terminie: *"Uczestnik dokonuje zapisu na usługę co najmniej 4 dni przed jej rozpoczęciem, z użyciem numeru ID wsparcia. Dopuszcza się możliwość zapisu na usługę z użyciem numeru ID wsparcia w terminie krótszym niż 4 dni przed rozpoczęciem usługi, jednakże zapis na usługę musi być poprzedzony uzyskaniem zgody od Operatora."*

Usługa szkoleniowa będzie realizowana zgodnie ze standardem opisanym w "Specyfikacji usług rozwojowych zdalnych w czasie rzeczywistym", dostępnej pod adresem: <https://bpws.pl/uslugi-zdalne/>.

Kontakt



Beata Walczyna-Szydełko

E-mail kontakt@bpws.pl

Telefon (+48) 796 861 561