

Budowanie społeczności online wokół marki - e-learning

Budowanie społeczności online wokół marki to praktyczny **kurs online składający się z 14 modułów i trwający 10-15 godzin**, dostępny przez 365 dni na platformie e-learningowej. Uczy, jak projektować, zakładać i rozwijać społeczności biznesowe w oparciu o model Community Canvas. Uczestnicy poznają strategie wyznaczania celów społeczności, profilowania grupy docelowej, tworzenia angażujących treści oraz wykorzystania odpowiednich narzędzi i platform (np. Slack, Discord, Facebook czy własna przestrzeń). Szkolenie obejmuje także onboarding członków, promocję społeczności oraz sposoby zwiększania zaangażowania. Stanowi kompleksowe wsparcie w budowaniu silnych społeczności, które wspierają rozwój marki, zwiększają lojalność klientów i wzmacniają pozycję firmy na rynku.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do specjalistów ds. marketingu i komunikacji, pragnących zwiększyć kompetencje w zakresie budowania zaangażowania online:

- Właścicieli firm i liderów zmian, planujących stworzenie społeczności wokół swojej marki.
- Administratorów i moderatorów istniejących społeczności, którzy chcą usprawnić swoje działania.
- Freelancerów i edukatorów, chcących rozwijać relacje z odbiorcami.
- HR-owców i menedżerów projektów, wdrażających inicjatywy społecznościowe wewnątrz organizacji.



Korzyści

1. Projektowanie społeczności – poznasz różnice między społecznością a grupą na Facebooku i dowiesz

- się, jaką rolę mogą pełnić społeczności w Twoim biznesie.
2. Tworzenie celów – nauczysz się definiować cele społeczności, zarówno z perspektywy biznesowej, jak i potrzeb członków.
 3. Segmentacja odbiorców – będziesz potrafił profilować grupę docelową z uwzględnieniem cech demograficznych i psychograficznych.
 4. Dobór narzędzi – poznasz możliwości platform takich jak Facebook, Slack, Discord, czy własne rozwiązania, wraz z ich mocnymi i słabymi stronami.
 5. Angażowanie członków – nauczysz się opracowywać i wdrażać skuteczne taktyki budowania relacji i zaangażowania w społeczności.



Program szkolenia

1. Wprowadzenie

2. Społeczności od początku

- Czym jest społeczność i jaką rolę może pełnić
- Czym się różni społeczność od grupy na Facebooku
- Przykłady społeczności wewnętrznych
- Przykłady społeczności zewnętrznych

3. Cel

- Po co tworzyć społeczność? Przegląd celów społeczności
- Cel biznesowy/firmowy/organizacji
- Cel społeczności
- Cel dla twórców społeczności
- Checklista weryfikacji celów społeczności

4. Profil społeczności

- Jak profilować grupę w społeczności? Grupa szeroka czy wąska? Plusy i minusy.
- Cechy demo i psycho-graficzne
- Jak dbać o różnorodność członków społeczności.
- Jak weryfikować członków społeczności? Kim muszą być członkowie naszej społeczności.

5. Research

- Weryfikacja, gdzie potencjalni członkowie naszej społeczności realizują wybrany przez nas cel społeczności
- Skąd pozyskiwać inspiracje o rozwoju społeczności
- Czego brakuje innym miejscom realizującym cel społeczności
- Jaki format treści i komunikacji preferuje grupa docelowa

6. Narzędzie

- Na co musisz zwrócić uwagę przy wyborze narzędzia, gdzie powstanie społeczność?
- Przegląd narzędzi do tworzenia społeczności
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – grupa na FB

- Plusy i minusy tworzenia społeczności – własna platforma
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – Slack
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – Discord
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – TikTok, Instagram i inne kanały wizualne
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – Microsoft Teams
- Plusy i minusy tworzenia społeczności – Intranet
- Narzędzia wspierające komunikację społeczności (newsletter, whatsapp, telegram)

7. Wizytówka społeczności

- Nazwa społeczności jak ją stworzyć?
- Opis społeczności co w nim zawrzeć?
- Materiały graficzne i branding społeczności

8. Tematyka

- Identyfikowanie problemów społeczności – social listening, badania ilościowe
- Jakościowe pogłębienie problemów społeczności
- Mapa tematów społeczności

9. Taktyki zaangażowania

- 5 obszarów życia społeczności
- Zaangażowanie – taktyki aktywizowania członków
- Współtworzenie – taktyki współtworzenia z członkami
- Relacje – taktyki budowania poczucia przynależności i networkingu w społeczności
- Rozwój – taktyki rozwoju społeczności
- Edukacja – taktyki przepływu wiedzy w społeczności
- Metodyka wdrażania taktyk
- Przegląd taktyk przetestowanych w społeczności TRANSFORMersi – rozwój i liderzy zmiany

10. Role członków społeczności

- Piramida członków społeczności
- Rola i zadania administratora
- Rola i zadania moderatora
- Role i zasady

11. Start prowadzenia społeczności

- Założenie narzędzia
- Onboarding
- Zaproszenie do społeczności
- Taktyki promocji i budowy wizerunku społeczności

12. Prowadzenie społeczności

- Zarządzanie społecznością – na jakie elementy musisz zwrócić uwagę
- Projektowanie sprintów projektowych
- Planowanie komunikacji w społeczności
- Zbiór najpopularniejszych problemów społeczności wraz z proponowanymi rozwiązaniami.

13. Statystyki

- Proces ewaluacji społeczności

- Mierniki – jakie wskaźniki rozwoju, zaangażowania i efektywności społeczności dobrać?
- Optymalizacja wszystkich elementów społeczności w celu zwiększenia jej efektywności.

14. Podsumowanie

- Jak Twoja społeczność może się rozwijać?
- Prasówka społecznościowa – jakie źródła, osoby i miejsca warto śledzić?



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Szkolenie obejmuje

- Dostęp do kursu przez 365 dni
- 14 modułów szkoleniowych na platformie online
- 10-15h materiałów szkoleniowych (video, atrykuły)
- Dyplom po szkoleniu
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę



Czas trwania

1 dni / 10 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski