

Instagram w komunikacji marki

Szkolenie koncentruje się na skutecznym wykorzystaniu Instagrama jako narzędzia do budowania wizerunku marki, angażowania odbiorców i zwiększania zasięgów. Uczestnicy dowiedzą się, jak działa algorytm platformy i jakie formaty treści najlepiej sprawdzają się w komunikacji z użytkownikami. Program obejmuje najnowsze trendy, strategie tworzenia atrakcyjnych postów i stories oraz wykorzystanie funkcji sprzedażowych Instagrama do docierania do nowych klientów. Szkolenie skierowane jest do zespołów zajmujących się marketingiem, social mediami i komunikacją marki, które chcą świadomie i efektywnie prowadzić działania na tej platformie.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do zespołów marketingowych, PR-owych oraz osób odpowiedzialnych za social media, które chcą lepiej zrozumieć specyfikę Instagrama i wykorzystać go w strategii komunikacyjnej firmy.



Korzyści

- Lepsze zrozumienie algorytmu Instagrama i czynników wpływających na widoczność treści.
- Umiejętność planowania skutecznej komunikacji na Instagramie, w tym doboru odpowiednich formatów i narzędzi.
- Poznanie najlepszych praktyk w zakresie tworzenia treści wizualnych i storytellingu na platformie.
- Wdrożenie skutecznych taktyk angażowania odbiorców oraz docierania do nowych klientów.
- Zdobycie wiedzy o możliwościach sprzedażowych Instagrama, w tym reklamach i automatyzacji odpowiedzi.



Program szkolenia

1. Instagram - wprowadzenie

- dlaczego warto komunikować się z odbiorcami – rola platformy i możliwości jej wykorzystania,
- kto i jak korzysta z platformy – aktualne dane i statystyki,

2. Jak działa algorytm i co wpływa na wyświetlanie treści na Instagramie?

- jak działają algorytmy Instagrama i jaki ma to wpływ na wyświetlanie treści na platformie,
- różne umiejscowienia treści,
- jak działają hashtagi – najlepsze praktyki & czego unikać,

3. Planowanie komunikacji na Instagramie

- przykładowe podejścia do tworzenia treści na Instagramie,
- omówienie elementów screeningu profili,

4. Skuteczna komunikacja

- warstwa wizualna – przykładowe ujęcia, dobre praktyki (bio, relacje wyróżnione, feed),
- formaty na Instagramie (posty, Rolki, Relacje) – synergia działań,
- przykłady scenariuszy Rolek – najlepsze praktyki,
- narzędzia ułatwiające tworzenie treści.

5. Instagram jako narzędzie sprzedażowe

- podsumowanie skutecznych taktyk docierania do nowych klientów,
- pozyskiwanie leadów na Instagramie – możliwości reklamowe,
- automatyzacja odpowiedzi,
- do & dont's w działaniach na Instagramie.

6. Sesja Q&A



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski