kod szkolenia: DM-LIN / LISZ_1d

LinkedIn - interaktywne szkolenie

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestników z platformą LinkedIn od strony strategicznej, taktycznej i technicznej. Szkolenie wyposaży uczestników w wiedzę na temat budowania pozycji eksperta na rynku, regularnej komunikacji na profilach osobistych, o taktykach aktywnego wyszukiwania najbardziej wartościowych kontaktów na LinkedIn i nawiązywaniu relacji biznesowych z wartościowymi kontaktami. Wspólnie wskażemy najbardziej skuteczne tematy oraz formaty treści. Zespół zostanie wprowadzony do taktyk tworzenia najbardziej efektywnej i angażującej treści na platformie LinkedIn - z perspektywy realizacji celów komunikacyjnych i sprzedażowych.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do specjalistów ds. marketingu, sprzedaży, HR oraz wszystkich osób chcących skutecznie wykorzystywać LinkedIn do budowania marki osobistej, generowania leadów i rozwijania sieci kontaktów biznesowych.

Korzyści

- Poznanie algorytmu LinkedIn i strategii skutecznej komunikacji.
- Optymalizacja profilu osobistego i firmowego pod kątem widoczności i skuteczności.
- Umiejętność efektywnego wyszukiwania kontaktów i nawiązywania relacji biznesowych.
- Wykorzystanie narzędzi do planowania i tworzenia angażujących treści.
- Poznanie strategii Employee Advocacy i budowania wizerunku firmy poprzez działania pracowników.
- Praktyczne ćwiczenia z optymalizacji profili, wyszukiwania leadów i tworzenia treści.

Program szkolenia

Wprowadzenie

- Check-in – interaktywne wprowadzenie do platformy LinkedIn, sprawdzające aktualną wiedzę i postawy uczestników.

Najważniejsze informacje o LinkedIn

- Czym jest LinkedIn? Cel, rola i argumenty potencjału platformy versus inne kanały społecznościowe
- Grupa docelowa na LinkedIn – kto w Polsce i na świecie korzysta z platformy, do kogo można dotrzeć i jak zrobić to jak najskuteczniejszych na praktycznych przykładach z różnych branż,
- Jakie cele (biznesowe i prywatne) może realizować LinkedIn i dlaczego warto z niego korzystać?
- Profil prywatny versus profil firmowy – jakie są różnice? Jakie ją najskuteczniejsze taktyki korzystania z LinkedIn na różne cele?

Działania na LinkedIn

- Funkcje na LinkedIn (grupy i wydarzenia, formaty treści, hashtagi i oznaczenia kont) – kiedy i jak z nich korzystać?
- Algorytm i dobre praktyki tworzenia treści na LinkedIn – jak działa i jak tworzyć treści, by trafiały do jak najszerszego grona odbiorców i cieszyły się zaangażowaniem?
- Wyszukiwarka na LinkedIn – jak skorzystać z niej najlepiej? (wyszukiwanie leadów, prospecting, wyszukiwanie treści)
- Ćwiczenie w parach: wykorzystywanie w praktyce wyszukiwarki na cele biznesowe

Profil osobisty – strategia działania

- LinkedIn jako platforma do budowania marki osobistej – przykłady i inspiracje.
- 4 filary skutecznego działania na LinkedIn (Social Selling index) – szablon do mierzenia efektywności działań
- Checklista profilu osobistego na LinkedIn i optymalizacja profilu osobistego krok po kroku.
- Ćwiczenie indywidualne: analiza profilu na LinkedIn w celu identyfikacji dobrych praktyk i elementów do poprawy.
- Dotarcie do właściwej grupy docelowej – jak budować relacje biznesowe i rozwijać sieć kontaktów.
- Tryb autora – co umożliwia i dlaczego warto z niego skorzystać?
- Statystyki i mierzenie efektywności

Działania w praktyce na LinkedIn

- Zarządzanie LinkedIn – jak znaleźć na niego czas i skutecznie zarządzać tam swoimi działaniami, zarówno jako profil prywatny, jak i firmowy?
- Aktywności konta osobistego – tworzenie nowych treści i udział w dyskusjach – zasady działania i wskazówki,
- O czym pisać? Wyznaczenie kluczowych obszarów komunikacji (trendów) i przedstawienie narzędzi do generowania pomysłów, ale też i przechowywania i recyklingu.
- Ćwiczenie indywidualne: tworzenie nowych komunikatów za pomocą narzędzi wspierających (m.in. narzędzia takie jak Copy.ai czy ChatGPT).
- Jak planować treści? Poznanie taktyk planowania tworzenia i dystrybucji treści w dostępnych kanałach

– content planning.

Profil firmowy – strategia działania

- Jak Twoja firma na LinkedIn może wykorzystać platformę LinkedIn (LinkedIn Canvas jako zidentyfikowanie szans realizacji celów za pomocą Company Page, działań pracowników, w tym rekruterów, ale i działań promocyjnych)
- Company Page – na jakie elementy zwracać uwagę i jak zoptymalizować profil firmowy krok po kroku
- Ćwiczenie w parach: screening wybranych Company Pages w celu ich ewaluacji i zidentyfikowania dobrych przykładów oraz elementów do poprawy
- Tworzenie treści jako Company Page – wskazówki i dobre praktyki na praktycznych przykładach
- Taktyki pozyskania odbiorców i budowania zaangażowania wśród odbiorców
- Program Employee Advocacy – dlaczego warto go tworzyć i od czego zacząć?
- Przegląd praktycznych case studies z różnorodnych branż

Podsumowanie

- Q&A – sesja pytań i odpowiedzi na pytania
- Check-out – podsumowanie szkolenia wraz ze wszystkimi uczestnikami

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski