

LinkedIn Marketing i Personal Branding - e-learning

LinkedIn to dziś jedno z najważniejszych narzędzi do budowania zarówno marki osobistej, jak i wizerunku firmy. Kurs „LinkedIn Marketing i Personal Branding” prowadzi uczestnika krok po kroku przez wszystkie kluczowe funkcje serwisu – od tworzenia i optymalizacji profilu, przez strategię komunikacji, aż po podstawy reklamy i zaawansowane narzędzia takie jak Sales Navigator. Uczestnicy uczą się, jak prowadzić skuteczne działania w przestrzeni LinkedIn – zarówno jako osoby indywidualne, jak i przedstawiciele organizacji. **Kurs składa się z 8 modułów i 15 godzin materiałów edukacyjnych.** Uczestnicy zyskują dostęp do szkolenia przez 365 dni.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do osób, które chcą zbudować silną markę osobistą i zwiększyć swoją widoczność zawodową na LinkedIn:

- Odpowiadają za komunikację firmy i chcą profesjonalnie zarządzać Company Page oraz relacjami z odbiorcami.
- Pracują w sprzedaży i szukają sposobów na wykorzystanie LinkedIn do pozyskiwania leadów i budowania relacji biznesowych.
- Zajmują się rekrutacją, employer brandingiem lub HR i chcą lepiej wykorzystywać LinkedIn do promocji pracodawcy.
- Tworzą treści na LinkedIn i szukają praktycznych wskazówek oraz inspirujących przykładów.



Korzyści

1. Algorytm i zasięgi – dowiesz się, jak działa LinkedIn i jak zwiększać zasięg organiczny dzięki przemyślanej strategii.
2. Marka osobista – poznasz zasady skutecznego personal branding i optymalizacji profilu osobistego.
3. Komunikacja firmowa – nauczysz się budować profesjonalny wizerunek organizacji za pomocą Company Page i firmowych treści.
4. Employee Advocacy – dowiesz się, jak wdrażać i prowadzić programy ambasadorskie wewnątrz organizacji.
5. Social selling i Sales Navigator – poznasz techniki sprzedaży przez LinkedIn oraz możliwości narzędzi Premium.



Program szkolenia

0. Wprowadzenie do kursu

- Powitanie od autorki kursu – Martyny Tarnawskiej
- Instrukcja korzystania z kursu
- Słowniczek pojęć

1. Najważniejsze informacje o LinkedIn

- Czym jest LinkedIn? Cel, rola i argumenty potencjału
- LinkedIn, a inne kanały social media – Karolina Kociołek, Socjomania
- LinkedIn – statystyki i informacje o użytkownikach
- Jak działa LinkedIn w praktyce?
- Najpopularniejsze mity i fakty o LinkedIn
- Interfejs platformy LinkedIn
- Profil prywatny vs firmowy
- LI w strategii firmy i strategii personal branding – Sylwia Ciszewska, CAL

2. Działania na LinkedIn

- Algorytm na LinkedIn – jak działa i jak tworzyć treści?
- Przegląd formatów dostępnych na LinkedIn
- Jakie treści tworzyć na LinkedIn?
- Funkcje na LinkedIn (grupy i wydarzenia)
- Jak korzystać z funkcji na LinkedIn?
- Hashtagi i oznaczenia kont – jak z nich korzystać?
- Kiedy korzystać z wyszukiwarki i jak robić to jak najskuteczniej?
- Zarządzanie LinkedIn – jak znaleźć na niego czas?

Quiz wiedzy

- Powtórzenie materiału z modułu 1 i 2

3. Profil osobisty – strategia działania

- Strategia profilu osobistego
- 4 filary skutecznego działania na LinkedIn

- Checklista profilu osobistego na LinkedIn
- Optymalizacja profilu osobistego krok po kroku

4. Profil osobisty - działania i komunikacja

- Dotarcie do właściwej grupy docelowej
- Tryb autora - co umożliwia i dlaczego warto z niego skorzystać?
- Aktywności konta osobistego
- Tworzenie nowych treści i udział w dyskusjach
- Pozyskiwanie i nawiązywanie nowych relacji biznesowych
- Statystyki i mierzenie efektywności

Quiz wiedzy

- Powtórzenie materiału z modułu 3 i 4

5. Profil firmowy - strategia działania

- Twoja firma na LinkedIn + LinkedIn Canvas
- Cele biznesowe na LinkedIn - Katarzyna Młynarczyk, Socjomania
- Company Page na LinkedIn + Twoja strategia profilu firmowego na LinkedIn
- LinkedIn Company Page Canvas
- Optymalizacja Company Page krok po kroku

6. Profil firmowy - działania i komunikacja

- Tworzenie treści jako Company Page - wskazówki i dobre praktyki
- Taktyki pozyskania odbiorców
- Taktyki budowania zaangażowania wśród odbiorców
- Program Employee Advocacy

Quiz wiedzy

- Powtórzenie materiału z modułu 5 i 6

7. Podstawy reklamy na LinkedIn

- Wprowadzenie do reklamy na LinkedIn
- Cele reklamowe
- Odbiorcy
- Format i miejsca
- Budżet i harmonogram
- Śledzenie konwersji
- Reklamy
- Podstawy analizy reklam na LinkedIn
- Odbiorcy - opcje zaawansowane

8. Sales Navigator

- Plany premium - kiedy i czy warto z nich korzystać?
- Wprowadzenie do Sales Navigator
- Panel startowy Sales Navigатора
- Prezentacja wyszukiwarki leadów
- Grupy filtrów wyszukiwania
- Grupa filtrów wyszukiwania: Posted content

- Filtr TeamLink
- Lista leadów w Sales Navigator
- Widok profilu leada
- Profil firmowy: People
- Profil firmowy: Insights
- Profil firmowy: Alerts
- Zakończenie modułu Sales Navigator

Quiz wiedzy

- Powtórzenie materiału z modułu 7 i 8

9. Podsumowanie

- Trendy w social media – Anna Żesławska, Socjomania
- Podziękowanie od autorki kursu Martyny Tarnawskiej



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie prywatnego konta oraz orientacja w interfejsie LinkedIn.



Szkolenie obejmuje

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



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski