kod szkolenia: DM-LIN / PL DL 1d

LinkedIn Marketing i Personal Branding

LinkedIn to dziś jedno z najważniejszych narzędzi do budowania zarówno marki osobistej, jak i wizerunku firmy. Trener prowadzi uczestników krok po kroku przez pełną ścieżkę działania na LinkedIn od założenia profilu personalnego i Company Page, jego optymalizacji, strategii działań, komunikacji, do mierzenia efektów.

Pokazujemy LinkedIn od kulis, prezentując najlepsze wskazówki, do's and dont's oraz biznesowe przykłady w praktyce. Formuła szkolenia składa się z siedmiu modułów dedykowanych kolejno samej paltformie LinkedIn, korzystaniu z niej jako profil prywatny (personal branding), korzystaniu jako firma, a także podstaw reklamy na LinkedIn i praktycznego wykorzystania narzędzia Sales Navigator.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla:

- **osób zainteresowanych personal brandingiem** – chcących budować zarówno rozpoznawalność marki osobistej (personal branding), jak również firmowej.
- **HR managerów i HR Business Partner** – zainteresowanych poznaniem potencjału znalezienia nowych talentów, wypromowania marki pracodawcy (employer branding)
- **pracowników działów sprzedaży** – poszukujących informacji dotyczących zaawansowanych funkcjonalności, takich jak Linkedin Sales Navigator i pakietów Premium.
- **content managerów i social media managerów** – szukających wskazówek dotyczących publikacji na LinkedIn i planu recyklingu treści.

Korzyści

1. Wykorzystanie LinkedIn – poznasz pełen potencjał platformy w działaniach marketingowych i networkingowych.
2. Budowanie marki osobistej – nauczysz się, jak skutecznie kreować i rozwijać swój personal branding na LinkedIn.
3. Zwiększanie zasięgów – dowiesz się, jak działa algorytm LinkedIn i jak tworzyć treści, które przyciągają uwagę.
4. Wizerunek organizacji – poznasz sposoby prowadzenia Company Page i komunikacji firmowej z użyciem konkretnych przykładów.
5. Employee advocacy – nauczysz się, jak angażować pracowników w promocję firmy i rozwijać ich aktywność na LinkedIn.
6. Analityka i optymalizacja – opanujesz analizę statystyk, które wspierają skuteczną komunikację i rozwój działań.
7. Social selling – zdobędziesz praktyczne umiejętności sprzedażowe oraz poznasz zasady profesjonalnej komunikacji.
8. Narzędzia premium – odkryjesz możliwości LinkedIn Sales Navigator oraz funkcje wersji Premium wspierające sprzedaż i networking.

Program szkolenia

1. **Wprowadzenie**.
   - Check-in – interaktywne wprowadzenie do platformy LinkedIn, sprawdzające aktualną wiedzę i postawy uczestników.
2. **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?
3. **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.

4. **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.
   - Statystyki i mierzenie efektywności.
5. **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.
6. **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.
7. **LinkedIn w praktyce – co jeszcze warto wiedzieć.**
   - Wprowadzenie do reklamy na LinkedIn i podstawy analizy reklam na LinkedIn.
   - Plany premium – kiedy i czy warto z nich korzystać? Wprowadzenie do Sales Navigator i prezentacja przykładowych sytuacji, kiedy warto z niego korzystać.
   - Ćwiczenie w grupach: praktyczne ćwiczenia z wykorzystania zaawansowanego wyszukiwania Sales Navigator (prowadzone na koncie trenera i/lub kontach uczestników z kontami premium).
   - Jak i skąd czerpać wiedzę na temat LinkedIn – prasówka.

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

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie prywatnego konta oraz ogólna orientacja w interfejsie LinkedIn.

Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenie wliczone są:

- Prezentacja szkoleniowa
- Dostęp do materiałów szkoleniowych na platformie online
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę
- Dyplom ukończenia szkolenia

Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski