

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 don't's oraz biznesowe przykłady w praktyce. Formuła szkolenia składa się z siedmiu modułów dedykowanych kolejno samej platformie 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 są 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 trafiły 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