

Podstawy strategii social media

Celem szkolenia jest zapoznanie uczestników z podstawami tworzenia strategii komunikacji w social mediach. Uczestnicy zdobędą umiejętność określania celów dla poszczególnych kanałów, a także nauczą się definiować mierniki skuteczności działań w mediach społecznościowych. Podczas warsztatów wypracowane zostaną konkretne cele oraz kluczowe wskaźniki, które będą służyły do analizy i oceny efektywności działań w social mediach. Uczestnicy będą w stanie wprowadzić zdobytą wiedzę do współpracy z agencjami, wprowadzając zmiany w obecnym modelu komunikacji.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do firm, które chcą stworzyć zintegrowaną strategię social media, poprawić efektywność swoich działań online i wprowadzić konkretne rozwiązania do codziennej pracy zespołów.



Korzyści

- Zrozumienie, jak tworzyć skuteczną strategię komunikacji w social mediach.
- Nabycie umiejętności określania celów oraz mierników skuteczności dla różnych kanałów social media.
- Nauka priorytetyzacji celów w mediach społecznościowych w oparciu o cele biznesowe.
- Poznanie metod definiowania grupy docelowej i tworzenia person.
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające na tworzenie konkretnych rozwiązań i dostosowanie działań do celów firmy.
- Zdolność do wypracowania mapy empatii i punktów styku klienta z marką w social mediach.
- Rozwinięcie umiejętności analizy skuteczności działań i optymalizacji komunikacji w social mediach.



Program szkolenia

Tematyka warsztatów obejmuje:

- cele możliwe do realizowania w social mediach i ćwiczenie z priorytetyzacji celów,
- określanie celów dla poszczególnych kanałów w social mediach oraz ustalanie mierników i KPI dla poszczególnych kanałów,
- określanie grupy docelowej wraz z ćwiczeniem z tworzenia persony lub segmentacji klientów.

Program warsztatów obejmuje część teoretyczną i ćwiczenia, które pozwolą na wypracowanie konkretnych rozwiązań. Przykładowe ćwiczenia podczas warsztatów: priorytetyzacja celów dla poszczególnych kanałów społecznościowych, określanie digital value proposition, mapa empatii, określanie punktów styku klienta z marką w social mediach.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 4 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski