kod szkolenia: DM-SER / HoReCa PL DL 2d

# Social Media Marketing dla branży HoReCa

Media społecznościowe są dziś jednym z najważniejszych kanałów komunikacji dla hoteli, pensjonatów, apartamentów, restauracji, kawiarni i obiektów turystycznych. To właśnie tam goście szukają inspiracji, sprawdzają klimat miejsca, opinie, aktualne oferty, menu, wydarzenia i doświadczenia innych osób.

Szkolenie pokazuje, jak wykorzystać Facebooka, Instagrama, TikToka, Linkedina i YouTube w promocji obiektów HoReCa. Uczestnicy poznają specyfikę poszczególnych platform, aktualne formaty treści, zasady działania algorytmów, sposoby budowania zaangażowania oraz dobre praktyki tworzenia komunikacji, która wspiera sprzedaż, rozpoznawalność marki i relacje z gośćmi.

Program ma charakter praktyczny - uczestnicy pracują na przykładach z branży hotelarskiej, gastronomicznej i turystycznej oraz tworzą pomysły na treści, które mogą wykorzystać w codziennej komunikacji swoich obiektów.

## Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla zespołów odpowiedzialnych za marketing, komunikację, sprzedaż i obsługę gości w branży HoReCa, w szczególności dla:

- właścicieli i managerów hoteli, pensjonatów, apartamentów, restauracji, kawiarni i obiektów turystycznych,
- pracowników działów marketingu i sprzedaży,
- osób prowadzących profile marek w social mediach,
- managerów restauracji, recepcji, eventów i SPA,
- zespołów odpowiedzialnych za komunikację z gośćmi,
- osób współpracujących z agencjami marketingowymi,
- właścicieli mniejszych obiektów, którzy samodzielnie prowadzą działania promocyjne online.

Szkolenie sprawdzi się zarówno dla zespołów, które dopiero porządkują swoją obecność w social mediach, jak i dla tych, które chcą zwiększyć skuteczność dotychczasowych działań.

## Korzyści

Po szkoleniu uczestnicy będą potrafili:

- świadomie dobrać kanały społecznościowe do typu obiektu, grupy docelowej i celów biznesowych,
- lepiej rozumieć, jak działają algorytmy Facebooka, Instagrama, TikToka, LinkedIna i YouTube,
- tworzyć treści dopasowane do różnych etapów ścieżki gościa — od inspiracji po rezerwację,
- budować komunikację, która pokazuje klimat miejsca, ofertę, doświadczenia gości i przewagi obiektu,
- planować treści sezonowe, sprzedażowe, wizerunkowe i angażujące,
- wykorzystywać rolki, relacje, posty, shortsy i mikrowideo w promocji obiektu,
- analizować podstawowe statystyki i oceniać skuteczność działań,
- tworzyć pomysły na treści dla hoteli, restauracji, apartamentów, SPA, obiektów eventowych i turystycznych,
- lepiej współpracować z agencją lub freelancerem odpowiedzialnym za social media,
- unikać najczęstszych błędów w komunikacji marek HoRe

## Program szkolenia

Dzień 1

1. Powitanie i diagnoza potrzeb uczestników
- Przywitanie uczestników i przedstawienie celu szkolenia.
- Omówienie agendy i sposobu pracy.
- Rekonesans wiedzy uczestników.
- Omówienie profili, projektów i wyzwań uczestników.
- Najczęstsze problemy w komunikacji obiektów HoReCa w mediach społecznościowych.

2. Wprowadzenie do social media marketingu w HoReCa
- Czym jest social media marketing i jak wspiera sprzedaż w branży hotelarskiej i gastronomicznej.
- Rola mediów społecznościowych w procesie wyboru hotelu, restauracji lub miejsca wypoczynku.
- Budowanie społeczności wokół obiektu – przykłady dobrych praktyk.
- Najważniejsze pojęcia: zasięg, zaangażowanie, algorytm, format, feed, stories, reels, CTA, UGC, social proof.
- Kluczowe platformy społecznościowe w Polsce i ich znaczenie dla branży HoReCa.

3. Strategiczne podejście do komunikacji w social mediach
- Jakie cele może realizować hotel, restauracja lub obiekt turystyczny w social mediach.
- Cele wizerunkowe, sprzedażowe, relacyjne, rekrutacyjne i lojalnościowe.

- Priorytetyzacja celów – czego oczekujemy od działań w social mediach?
- Wybór odpowiednich kanałów dla różnych typów obiektów.
- Jak dopasować komunikację do grup odbiorców: goście indywidualni, rodziny, pary, klienci biznesowi, turyści zagraniczni, lokalna społeczność

4. Facebook w komunikacji obiektów HoReCa

- Jak działa algorytm Facebooka i co wpływa na widoczność treści.
- Rola Facebooka w komunikacji hoteli, restauracji i lokalnych obiektów usługowych.
- Różne formy obecności na Facebooku:
  - strona firmowa,
  - profil prywatny właściciela lub managera,
  - grupy lokalne i tematyczne,
  - wydarzenia.
- Formaty treści dostępne na Facebooku i ich zastosowanie w HoReCa:
  - posty,
  - zdjęcia,
  - wideo,
  - rolki,
  - relacje,
  - wydarzenia,
  - transmisje live.
- Nawigacja po Meta Business Suite. Przydatne narzędzia do planowania i publikowania treści.
- Eye-catchery, czyli jak przykuć uwagę odbiorcy w pierwszych sekundach.
- Jak często publikować i jak planować komunikację.
- Analiza działań na Facebooku: co mierzyć i jak interpretować statystyki.
- Generowanie pomysłów na treści – miniwarsztat dla uczestników.

5. Instagram w komunikacji hoteli, restauracji i obiektów turystycznych

- Jak działa algorytm Instagrama i co wpływa na zasięg treści.
- Rola Instagrama w budowaniu wizerunku miejsca, klimatu i doświadczenia gościa.
- Jak działają hashtagi i czy nadal warto ich używać.
- Skuteczne bio na Instagramie – jak opisać hotel, restaurację lub apartamenty w kilku zdaniach.
- Link w bio i najważniejsze elementy profilu.
- Przykłady skutecznej komunikacji marek HoReCa na Instagramie.
- Posty, rolki i relacje – jak połączyć je w spójny system komunikacji.
- Pomysły na rolki dla branży HoReCa
- Analiza działań na Instagramie: zasięg, zaangażowanie, zapisania, udostępnienia, kliknięcia.
- Narzędzia do planowania feedu, tworzenia relacji, rolek i prostych kreacji.

6. Podsumowanie pierwszego dnia

Dzień 2

1. Powitanie i społecznościowa rozgrzewka

- Powtórka najważniejszych zagadnień z pierwszego dnia.
- Omówienie obserwacji uczestników.

- Krótka rozgrzewka kreatywna: co warto pokazać w social mediach obiektu HoReCa?

2. TikTok w promocji hoteli, restauracji i miejsc turystycznych
- Jak działa algorytm TikToka i co wpływa na wyświetlenia treści.
- Czy TikTok ma sens dla hoteli, restauracji i obiektów turystycznych?
- Przykłady skutecznej komunikacji marek HoReCa na TikToku.
- Jak tworzyć treści bez dużego budżetu produkcyjnego.
- Tworzenie scenariuszy mikrowideo.
- Jak szukać trendów i adaptować je do marki bez utraty wiarygodności.

3. LinkedIn w komunikacji branży HoReCa
- Jak działa LinkedIn i co wpływa na widoczność treści?
- Kiedy LinkedIn ma sens dla hotelu, restauracji lub obiektu eventowego.
- Profil osobisty vs konto firmowe — synergia działań.
- LinkedIn w komunikacji B2B: eventy, konferencje, wyjazdy firmowe, catering,
- Profil osobisty managera, właściciela – checklista.
- Typy treści dostępne na LinkedIn.
- Taktyki skutecznej komunikacji wraz z przykładami.
- Jak pisać posty, które budują zaufanie i pokazują profesjonalizm obiektu.

4. YouTube i YouTube Shorts w promocji obiektu
- Jak działa YouTube i dlaczego jest jednocześnie platformą społecznościową oraz wyszukiwarką treści.
- Przykładowe podejścia do komunikacji.
- O czym pamiętać, dodając film na YouTube?
- YouTube Shorts – czym są i jak wykorzystać je w promocji hotelu, restauracji lub miejsca turystycznego.
- Jak wykorzystać jedno nagranie w wielu kanałach.

6. Pinterest jako wizualna wyszukiwarka inspiracji
- Pinterest jako kanał inspiracyjny dla branży turystycznej, ślubnej, gastronomicznej i wnętrzarskiej.
- Kiedy Pinterest może wspierać promocję obiektu HoReCa.
- Typy treści na Pintereście.
- Jak wykorzystać Pinterest do wydłużenia życia treści.

7. Trendy i inspiracje w social mediach dla HoReCa
- Jak monitorować konkurencję i dobre praktyki z rynku.
- Jak pozostać na bieżąco bez śledzenia wszystkich trendów naraz.

8. Podsumowanie szkolenia
- Podsumowanie wiedzy zdobytej w ciągu dwóch dni.
- Najważniejsze rekomendacje dla uczestników.
- Omówienie możliwych wdrożeń po szkoleniu.
- Sesja pytań i odpowiedzi.

## Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Aby w pełni skorzystać ze szkolenia, rekomendowane jest posiadanie aktywnych kont w omawianych serwisach. Dla osób rozpoczynających swoją przygodę z mediami społecznościowymi i komunikacją marki w tych kanałach rekomendujemy skorzystanie z naszego autorskiego materiału e-learningowego przed szkoleniem.
W przypadku osób odpowiedzialnych za komunikację firmową rekomendowane jest również posiadanie dostępu do profili firmowych lub możliwość pracy na kontach testowych / przykładowych.
Brak kont lub brak dostępu do profili firmowych może ograniczyć możliwość pełnego udziału w części praktycznej szkolenia oraz samodzielnego wykonywania ćwiczeń podczas zajęć.
Uczestnicy powinni mieć ze sobą:

- laptop lub komputer z dostępem do internetu,
- telefon z zainstalowanymi aplikacjami: Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok,
- dostęp do poczty e-mail potrzebny do logowania,
- dostęp do Meta Business Suite, jeśli uczestnik będzie pracował na profilu firmowym,
- przykłady dotychczasowych publikacji, kampanii lub profili, które mogą zostać omówione podczas szkolenia,
- opcjonalnie: zdjęcia, krótkie nagrania lub materiały z obiektu, które można wykorzystać w ćwiczeniach.

W przypadku szkolenia online uczestnicy powinni mieć stabilne połączenie internetowe, działający mikrofon oraz możliwość pracy w przeglądarce internetowej.

## Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenia wliczone są:

- prezentacja szkoleniowa,
- dostęp do materiałów szkoleniowych na platformie online,
- praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić zdobytą wiedzę,
- przykłady i inspiracje z branży HoReCa,
- checklisty pomocne w planowaniu i analizie działań,
- dyplom ukończenia szkolenia.

## Czas trwania

2 dni / 14 godzin

## Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski