

Social Media Marketing - szkolenie

To, co wyróżnia media społecznościowe spośród innych kanałów marketingowych, to możliwość ich wykorzystania zarówno przez duże korporacje, jak i małych przedsiębiorców. Tu każdy ma równe szanse, bo nie liczy się tylko wielkość budżetu, ale pomysł na komunikację, podejmowane aktywności i otwarty dialog z internautami. Szkolenie Social Media Marketing to idealna propozycja dla osób, które chcą poznać najważniejsze kanały i narzędzia social media tak, aby móc skutecznie promować w nich swój biznes.



Odbiorcy szkolenia

Dla kogo jest to szkolenie?

- Specjalistów ds. marketingu i PRu – chcących zrozumieć działanie poszczególnych serwisów społecznościowych oraz wykorzystać w pełni ich możliwości.
- Brand managerów – osób planujących działania marki w Social Media, chcących poznać możliwości serwisów oraz najciekawsze przykłady komunikacji marek z całego świata.
- Właścicieli MŚP – chcących lepiej poznać i zrozumieć zasady działania w mediach społecznościowych, w tym dobre i złe praktyki komunikacji.
- Managerów ds. komunikacji – chcących uzupełnić swoją wiedzę o mediach społecznościowych, poznać najnowsze trendy oraz narzędzia z nimi związane.



Korzyści

- Uczestnik pozna kluczowe platformy społecznościowe, takie jak Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok i Twitter (X), oraz dowie się, jak działają ich algorytmy.
- Uczestnik nauczy się tworzyć strategię marketingowe oparte na modelu SOSTAC, które pomogą w skutecznym planowaniu działań w mediach społecznościowych.

- Uczestnik będzie potrafił analizować statystyki z kampanii w social media i wyciągać wnioski na temat efektywności działań, w tym na platformach takich jak Facebook, Instagram, Twitter i TikTok.
- Uczestnik pozna narzędzia do tworzenia atrakcyjnych treści, w tym darmowe aplikacje do edytowania zdjęć i wideo oraz techniki generowania pomysłów na treści za pomocą narzędzi takich jak Google Trends, Chat GPT i Answear The Public.
- Uczestnik nauczy się tworzyć i optymalizować treści w różnych formatach, takich jak posty, karuzele, relacje, live streaming i rolki na Instagramie. ▶ Uczestnik będzie potrafił zarządzać kampaniami reklamowymi w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram), w tym dobierać odpowiednie formaty reklamowe i cele kampanii.
- Uczestnik pozna techniki budowania społeczności wokół marki, w tym zasady angażującej komunikacji i organizowania konkursów w mediach społecznościowych.
- Uczestnik nauczy się korzystać z narzędzi do monitorowania działań na platformach social media, takich jak YouTube, LinkedIn i TikTok, aby skutecznie mierzyć wyniki i optymalizować strategie marketingowe.



Program szkolenia

Dzień 1

1. Powitanie

- Przywitanie, przedstawienie celu oraz agendy szkolenia.
- Rekonesans wiedzy uczestników oraz omówienie projektów uczestników

2. Wprowadzenie do mediów społecznościowych

- Czym jest social media marketing, czyli jak wykorzystać media społecznościowe do promocji biznesu.
- Budowanie społeczności – case study.
- Najważniejsze pojęcia.
- Kluczowe platformy społecznościowe w Polsce – charakterystyka najpopularniejszych serwisów.

3. Strategiczne podejście do komunikacji w social mediach

- Jakie cele można realizować w mediach społecznościowych i priorytetyzacja celów.
- Wybór odpowiednich kanałów.
- Generowanie pomysłów na treści – mini warsztat.

4. Facebook

- Jak działa algorytm Facebooka w 2025 roku i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Różne formy obecności na Facebooku: profil prywatny, grupy, strona firmowa.
- Formaty treści dostępne na Facebooku i sposoby ich wykorzystania – omówienie konkretnych przykładów.
- Nawigacja po Meta Business Suite.
- Eye-catchery, czyli jak przykuć uwagę odbiorców.
- Jak długo i jak często publikować swoje posty.

- Analizowanie działań na Facebooku: co i jak mierzyć, dostępne statystyki.
- Przydatne narzędzia.
- Najważniejsze zmiany i nowości na Facebooku.

5. Instagram

- Jak działa algorytm Instagrama w 2025 roku i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Jak działają hashtagi na Instagramie.
- 3 typy kont: prywatne, biznesowe, twórcy.
- Skuteczne bio na Instagramie.
- Przykładowe podejścia do komunikacji na Instagramie – case studies.
- Posty, rolki, relacje – synergia działań.
- Pomysły na rolki, które wykorzystasz w promocji biznesu.
- Jak często publikować treści i jak długie powinny być.
- Analizowanie działań na Instagramie.
- Przydane narzędzia do planowania wyglądu feedu, tworzenia relacji i rolek.
- Konkursy na Instagramie i Facebooku – checklista i dobre praktyki.

6. Podsumowanie pierwszego dnia

- Podsumowanie pierwszego dnia szkolenia.
- Sesja pytań i odpowiedzi.

Dzień 2

1. Powitanie

- Społecznościowa rozgrzewka i powtórka wiadomości.

2. TikTok

- Jak działa algorytm TikToka i co wpływa na wyświetlenie treści.
- Przykłady skutecznej komunikacji marek na TikToku – case studies.
- Przykładowe scenariusze mikrowideo.
- Elementy, które ułatwiają zrozumienie wideo.

3. LinkedIn

- Jak działa algorytm LinkedIn obecnie i jak wpływa to na wyświetlenia treści.
- Profil osobisty vs konto biznesowe – synergia działań.
- Profil osobisty krok po kroku – checklista i ewaluacja dotychczasowych działań.
- Typy treści dostępne na LinkedIn.
- Taktyki skutecznej komunikacji wraz z przykładami.
- Analiza działań.

4. Twitter (X)

- Jak wygląda obecnie Twitter jak działa jego algorytm.
- Czym jest Twitter Blue i jak wpływa na wyświetlenia treści.
- Sztuka tworzenia komunikatów w 280 znakach – przykłady i ćwiczenia.
- Dostępne typy publikacji.
- Analiza działań.

5. YouTube

- Jak działa algorytm na YouTube.

- Przykładowe podejścia do komunikacji w tym kanale.
- O czym pamiętać dodając film na YouTube.
- YouTube Shorts – czym są i jak wykorzystać je w promocji marki.

6. **Pinterest**

- Pinterest jako wizualna wyszukiwarka treści.
- Typy treści na Pinterście.
- Dodawanie pinów krok po kroku.

7. **Trendy i inspiracje**

- Najnowsze trendy i zmiany w mediach społecznościowych, nadchodzące nowości.
- Źródła wiedzy – skąd czerpać wiedzę i inspiracje oraz jak pozostawać na bieżąco.

8. **Podsumowanie szkolenia**

- Podsumowanie wiedzy zdobytej w ciągu dwóch dni szkolenia.
- Sesja pytań i odpowiedzi.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie konta w serwisach: Facebook, Instagram, LinkedIn oraz Tiktok.

Rekomendowane jest posiadanie **aktywnych** kont w serwisach Facebook, Instagram, LinkedIn oraz TikTok. Brak kont może ograniczyć możliwość pełnego udziału w części praktycznej szkolenia oraz samodzielnego wykonywania ćwiczeń podczas zajęć. Uczestnik bez przygotowanych dostępuw może nie być w stanie zrealizować wszystkich elementów warsztatowych.



Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenia wliczone są:

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



Czas trwania

2 dni / 14 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski