

Social media w komunikacji marki

"Social media w komunikacji marki" to szkolenie dedykowane zespołom, które chcą poszerzyć swoją wiedzę na temat wykorzystania głównych platform social media w komunikacji marketingowej. Uczestnicy zapoznają się z aktualnymi algorytmami Facebooka, Instagrama, Pinterestu i LinkedIna oraz nauczą się, jak wykorzystać te kanały w budowaniu silnej i efektywnej obecności marki w internecie. Szkolenie pomoże zrozumieć, jak działają algorytmy każdej z platform i jakie treści najlepiej rezonują z użytkownikami, zwłaszcza w kontekście branży związanej z wyposażeniem wnętrz. Uczestnicy poznają typy publikacji, analizują wyniki działań konkurencji, a także dostaną praktyczne wskazówki, jak optymalizować treści, aby poprawić ich efektywność.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest dedykowane dla zespołów, które:

- Zajmują się komunikacją marki w mediach społecznościowych – w tym zespołów marketingowych, PR, content marketingowych oraz e-commerce.
- Chcą zoptymalizować swoją obecność w social media – i poprawić wyniki działań na Facebooku, Instagramie, LinkedInie oraz Pinterestcie.
- Szukają inspiracji i przykładów – jak skutecznie wykorzystać social media w branży związanej z wyposażeniem wnętrz, designem czy akcesoriami kuchennymi.
- Chcą zrozumieć algorytmy mediów społecznościowych – i dostosować swoją strategię komunikacji do zmieniających się trendów i najlepszych praktyk.



Korzyści

- Przybliżenie zespołowi przekrojowej znajomości wybranych kanałów social media i najnowszych zmian

w tych serwisach (Facebook, Instagram Pinterest, LinkedIn).

- Znajomość aktualnych danych i statystyk dotyczących użytkowników poszczególnych serwisów, znajomość algorytmów poszczególnych platform i ich wpływu na widoczność publikowanych tam treści.
- Poznanie terminologii i typów publikacji charakterystycznej dla każdej z omawianych platform wraz z inspiracjami dotyczącymi ich wykorzystania przez firmy związane z wyposażeniem wnętrz.
- Przedstawienie dobrych praktyk publikacji w tych kanałach oraz zestawienie ich z kluczowymi wnioskami po etapie screeningu w kanałach marki.



Program szkolenia

1. Facebook

- jak działa algorytm Facebooka i jak wpływa to na widoczność publikowanych treści,
- kto i w jaki sposób korzysta w Polsce z Facebooka,
- typy postów dostępnych na Facebooku wraz z przykładami wykorzystania ich przez marki związane z wystrojem wnętrz,
- przedstawienie wniosków na podstawie analizy opublikowanych treści – co do tej pory najlepiej się sprawdza, wskazówki optymalizacyjne,
- nowości i trendy na Facebooku – na co warto zwrócić uwagę.

2. Instagram

- jak działa algorytm Instagrama i jak wpływa to na widoczność publikowanych treści,
- kto i w jaki sposób korzysta z Instagrama w Polsce,
- typy publikacji na Instagramie: Rolki, posty i Relacje – przykładowe zastosowania,
- uwzględnienie różnych typów treści w strategii komunikacji marki: posty vs relacje – przykłady z branży wyposażenia wnętrz,
- przedstawienie wniosków na podstawie analizy publikacji na Instagramie – omówienie konkretnych przykładów wraz z rekomendacjami trenera,
- rola hashtagów w publikowaniu treści na Instagramie.

3. Pinterest

- jak działa algorytm Pinteresta i jak zwiększyć zasięg publikowanych treści,
- kim są Pinnerzy i w jaki sposób korzystają z Pinteresta,
- typy pinów wraz z przykładami ich wykorzystania przez marki związane z wystrojem wnętrz, designem i akcesoriami kuchennymi,
- tablice i tablice współtworzone – jak wykorzystywać je w komunikacji marki – przykładowe zastosowania,
- przedstawienie wniosków na podstawie analizy publikacji na Pinterście – wskazówki optymalizacyjne.

4. LinkedIn

- jak działa algorytm LinkedIn i jaki ma wpływ na publikowane treści,
- jakich treści szukają użytkownicy LinkedIn – podstawowe zasady funkcjonowania serwisu, aktualne

dane i statystyki,

- profil osobisty vs company page – synergia działań wraz z przykładami (podobne marki),
- typy publikacji na LinkedIn – przykładowe zastosowania w komunikacji z poziomu profilu osobistego i company page innych, podobnych marek,
- przedstawienie wniosków na podstawie analizy publikacji na LinkedIn – wskazówki

5. Podsumowanie szkolenia i sesja Q&A



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 5 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski