kod szkolenia: DM-SMM / STRA_DL 1d

Strategia komunikacji social media

"Strategia komunikacji social media" to intensywne warsztaty, które krok po kroku prowadzą uczestników przez proces budowania skutecznej obecności marki w mediach społecznościowych. Od zdefiniowania celów biznesowych i grup docelowych, przez opracowanie Big Idea, aż po dobór kanałów, tworzenie treści i analizę wyników – szkolenie łączy wiedzę teoretyczną z praktycznymi ćwiczeniami, dzięki czemu uczestnicy od razu uczą się wdrażać rozwiązania w swojej codziennej pracy.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- specjalistów ds. marketingu i komunikacji,
- osób odpowiedzialnych za prowadzenie profili firmowych w social mediach,
- właścicieli małych i średnich firm chcących wzmocnić swoją obecność online,
- studentów i początkujących marketerów chcących zdobyć praktyczne kompetencje,
- wszystkich, którzy chcą uporządkować i usystematyzować wiedzę o strategii social media.

Korzyści

Po ukończeniu warsztatów uczestnicy będą potrafili:

- opracować spójną i skuteczną strategię komunikacji w social mediach,
- trafnie definiować grupy docelowe oraz ich potrzeby,
- tworzyć angażujące treści dopasowane do kanałów i celów biznesowych,
- mierzyć efektywność działań i optymalizować strategię,
- unikać najczęstszych błędów i wykorzystywać najlepsze praktyki rynkowe.

Program szkolenia

Moduł 1. Wprowadzenie do strategii komunikacji

- Czym jest strategia komunikacji i dlaczego jest ważna dla obecności marki/firmy w social mediach
- Różnica między strategią a taktyką
- Najczęstsze błędy w komunikacji w social mediach

Ćwiczenie: analiza przykładów marek – co działa, a co nie.

Moduł 2. Analiza i punkt wyjścia

- Określanie celów biznesowych i komunikacyjnych
- Analiza obecności marki w sieci (audyt działań marki w kanałach social media)
- Analiza konkurencji i benchmarki
- Customer Journey w social mediach

Ćwiczenie: mini-audyt wybranej marki.

Moduł 3. Definicja grupy docelowej i insighty

- Tworzenie person i segmentacja odbiorców
- Potrzeby i zachowania użytkowników w kanałach społecznościowych
- Trendy i insighty kulturowe

Ćwiczenie: budowa persony i mapy empatii.

Moduł 4. Key Message i Big Idea

- Jak budować kluczowy przekaz marki
- Tone of Voice i charakter komunikacji
- Big Idea – spójny pomysł kreatywny dla całej strategii

Ćwiczenie: warsztat – formułowanie głównego komunikatu

Moduł 5. Dobór kanałów i formatów

- Wybór odpowiednich platform komunikacji w SM (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn, YouTube)
- Format vs. cel (np. video do budowania zasięgu, karuzela do range'u produktów etc.)
- Algorytmy – jak działają w praktyce

Ćwiczenie: planowanie obecności marki w kanałach – co i gdzie publikować.

Moduł 6. Content i harmonogram

- Filary treści
- Storytelling w social mediach
- Planowanie kalendarza treści
- Taktyki recyklingu treści
- Jak mierzyć efektywność treści

Ćwiczenie: stworzenie szkicu miesięcznego kalendarza treści.

Moduł 7. Mierzenie i optymalizacja

- KPI i wskaźniki sukcesu (zasięg, zaangażowanie, konwersja, ROI)
- Narzędzia do analityki
- Jak wprowadzać zmiany i optymalizować strategię

Moduł 8. Podsumowanie i Q&A

- Checklista dobrej strategii komunikacji
- Proces wdrożenia strategii z zespołem / z agencją krok po kroku
- Przegląd narzędzi wspierających
- Sesja pytań i odpowiedzi

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski