kod szkolenia: DM-SMM / TWI_1d

Wprowadzenie do działań na Twitterze (X)

Wprowadzenie do działań na Twitterze to praktyczne szkolenie, które pozwoli uczestnikom lepiej zrozumieć specyfikę platformy i jej najnowsze zmiany. Podczas szkolenia uczestnicy poznają algorytm Twittera, mechanizmy zwiększania widoczności postów oraz skuteczne techniki copywriterskie dostosowane do krótkiej formy komunikacji. Omówione zostaną narzędzia do monitorowania trendów, hashtagi, strategie angażowania odbiorców oraz sposoby budowania społeczności wokół marki. Szkolenie obejmuje także wprowadzenie do Twitter Ads Managera i podstawowe zasady prowadzenia kampanii reklamowych.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone jest dla:

- zespołów marketingowych i PR,
- specjalistów ds. social media i komunikacji,
- osób odpowiedzialnych za wizerunek marki i relacje z mediami,
- firm i organizacji chcących skuteczniej prowadzić komunikację na Twitterze,
- osób zajmujących się monitoringiem i reagowaniem na sytuacje kryzysowe w mediach społecznościowych.

Korzyści

- Znajomość najnowszych zmian na Twitterze i ich wpływu na widoczność treści.
- Umiejętność tworzenia angażujących tweetów, wątków i treści wizualnych.
- Wykorzystanie hashtagów i trendów do zwiększania zasięgu.
- Skuteczna moderacja i angażowanie społeczności.

- Wykorzystanie narzędzi do monitorowania trendów i analizowania wyników.
- Zasady komunikacji w sytuacjach kryzysowych.
- Wprowadzenie do Twitter Ads Managera i podstawowe funkcje reklamowe.

Program szkolenia

1. Twitter – podstawowe informacje

- najważniejsze pojęcia związane z Twitterem,
- specyfika portalu,
- charakterystyka użytkowników i najważniejsze statystyki,
- podstawowe ograniczenia związane z liczbą znaków i dodawaniem materiałów multimedialnych (specyfikacja zdjęć i filmów),
- algorytm serwisu, rola hashtagów i trendów w publikowaniu na Twitterze.

2. Przygotowanie profilu i skuteczna komunikacja

- częstotliwość publikacji,
- monitoring słów kluczowych, hashtagów i trendów z wykorzystaniem narzędzia TweetDeck,
- tworzenie postów (skuteczne techniki copywriterskie) – jak pisać dobre tweety.
- wykorzystanie wątków w dłuższych publikacjach,
- komunikacja wizualna vs tekstowa,
- planowanie publikacji,
- jak i po co retweetować,
- hashtagi – zasady działania, cykle tematyczne, monitoring,
- emojis – kiedy warto z nich korzystać.

3. Typy i formaty publikacji – przykłady dopasowane do branży/marki klienta, przykłady ich zastosowania.

4. Społeczność na Twitterze

- odpowiednie komunikaty w sytuacjach kryzysowych,
- trendy komunikacyjne na Twitterze,
- sposoby pozyskiwania followersów,
- angażowanie odbiorców – przykłady i możliwe do wdrożenia taktyki,
- live'y i pokoje audio – przykłady wykorzystania i wskazówki operacyjne,

5. Twitter Ads Manager – wygląd i podstawowe funkcje

6. Sesja Q&A

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.

Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski