

kod szkolenia: DM-INFLU / MAR_1d

Współpraca marki z influencerami

Współpraca marek z influencerami to dziś jeden z najskuteczniejszych elementów strategii komunikacji – pod warunkiem, że jest dobrze zaplanowana, dopasowana do celów biznesowych i oparta na zrozumieniu trendów oraz danych. Rynek twórców internetowych w Polsce dynamicznie się zmienia: ewoluują modele współpracy, formy treści, a także oczekiwania odbiorców.

To praktyczne szkolenie pomoże Twojemu zespołowi lepiej zrozumieć aktualny krajobraz influencer marketingu, wyciągnąć wnioski z dotychczasowych działań oraz opracować skuteczny plan na kolejne kampanie. Uczestnicy przejdą przez cały proces – od analizy rynku i poprzednich współprac, przez przygotowanie briefu, aż po pomiar efektów i rekomendacje rozwojowe.

Szkolenie może zostać przeprowadzone w formule jednodniowej (8h) lub dwudniowej (2 × 4h), co pozwala na dopasowanie tempa pracy do potrzeb zespołu.



Odbiorcy szkolenia

- **Zrozumienie aktualnych trendów** i kierunków rozwoju rynku influencerów w Polsce.
- **Analiza dotychczasowych działań marki** oraz wskazanie obszarów do optymalizacji.
- **Wypracowanie skutecznych metod planowania i briefowania kampanii** z influencerami.
- **Poznanie praktycznych narzędzi pomiaru i raportowania efektów współprac.**
- **Otrzymanie indywidualnych rekomendacji i list działań** dopasowanych do potrzeb firmy.



Korzyści

Szkolenie przeznaczone jest dla firm, które prowadzą lub planują działania z influencerami i chcą podnieść ich skuteczność. W szczególności dla:

- zespołów **marketingu, PR i komunikacji**,
- **brand managerów, digital managerów i specjalistów ds. social media**,
- przedstawicieli **agencji lub domów mediowych** pracujących dla jednej marki,
- zespołów, które chcą **opracować spójną strategię współpracy z twórcami** w oparciu o swoje doświadczenia i cele biznesowe.

Szkolenie ma charakter **zamknięty i dedykowany jednej firmie (min. 3 uczestników)**, co umożliwia pracę na realnych przykładach oraz dostosowanie treści do specyfiki branży i marki.



Program szkolenia

Cz. I 4h

1. Rynek i trendy. Modele współprac (ok. 1 h)

- Aktualna sytuacja rynku influencerów w Polsce
- Kierunki rozwoju promocji marek poprzez działania z influencerami
- Cele biznesowe i komunikacyjne marki a rodzaje modelu współpracy z influencerami
- Czy współprace organiczne nadal mają sens, czy dominują działania płatne?

2. Analiza dotychczasowych działań (ok. 1,5 h)

- Wspólny przegląd wcześniejszych kampanii marki – co było skuteczne, co warto poprawić
- Dopasowanie twórców, formatów i komunikacji do celów marki – ćwiczenie
- Wnioski i obszary do rozwoju dla marki – dyskusja

3. Kierunki na przyszłość (ok. 1,5 h)

- Jak planować kolejne działania z influencerami – listy: „check” & „to do”
- Duzi czy mali twórcy – czyli jak dobrać model współpracy do celów biznesowych i komunikacyjnych marki
- Rekomendacje i praktyczne wskazówki na najbliższy okres działania marki

Cz II: Planowanie i ocena współprac z influencerami (4h)

1. Przygotowanie i brief (ok. 1 h)

- Co powinno się znaleźć w briefie dla domu mediowego lub agencji
- Jasne określenie celów, grupy docelowej i stylu komunikacji
- Najczęstsze błędy przy przygotowaniu kampanii

2. Rozliczanie i pomiar (ok. 1,5 h)

- Jak oceniać efektywność działań: zasięg, zaangażowanie, sprzedaż
- Współprace płatne i barterowe – co się obecnie sprawdza
- Przykłady prostych metod raportowania

3. Rekomendacje i rozwój (ok. 1,5 h)

- Obserwowane zmiany w sposobie prowadzenia kampanii

- Współtworzenie treści z influencerami i wykorzystanie materiałów w innych kanałach
- Najważniejsze wnioski względem trendów/zmian rynku a działań marki na kolejny rok



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Czas trwania

1 dni / 8 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski