



PROGRAM SZKOLENIA „MEDIA SPOŁECZNOŚCIOWE W BIZNESIE”

1. POWITANIE GOŚCI

2. PREZENTACJA OGÓLNYCH ZAŁOŻEŃ SZKOLENIA – Nasza działalność przenosi się „do sieci”, a także wszelkie działania, które mają na celu promowanie naszego produktu, czy usługi. W jaki sposób prezentować treści reklamowe? Na czym polega kreowanie wizerunku w mediach społecznościowych? Czy znamy odpowiednie narzędzia i potrafimy je zastosować? Jakie są zalety i wady obecności w sieci? W jaki sposób zadbać o bezpieczeństwo? Na te pytania odpowiemy podczas szkolenia.

3. CZĘŚĆ MERYTORYCZNA

a) OPRACOWANIE PLANU – STRATEGIA

Odpowiednia strategia to pierwszy krok do osiągnięcia sukcesu. Powinniśmy dokładnie określić, co chcemy zaprezentować na stronach internetowych. Opracowanie planu krótkofalowego i długofalowego pozwoli odpowiednio rozłożyć akcenty na prezentowane treści – czy promujemy produkt, który rzeczywiście jest potrzebny?

Kto stanowi naszą grupę docelową?

Jakie potrzeby ma grupa docelowa?

Jakie są jej preferencje odnośnie zastosowanych treści? (dobór pod względem wykształcenia, wieku, doświadczenia).

b) PRZEKAZ I JEGO WARTOŚĆ

Mocne i słabe strony powinny skupić naszą uwagę jeszcze przed publikacją treści. Trzeba odpowiednio przygotować się do określonego odbioru – w świecie Internetu najważniejsze są opinie, „lajki” , udostępnienia – jak o nie „walczyć”?

c) FILMY PROMOCYJNE – TWORZENIE INTERNETOWYCH PRZEKAZÓW

Znajomość elementów technicznych, takich jak odpowiedni dobór ujęć, światło, wprowadzenie lektora – może pomóc w tworzeniu interesujących przekazów w Internecie. Formy audiowizualne przyciągają odbiorców, którzy chcą oglądać wybrane przekazy w atrakcyjnej formie. Stanowi to także element wyróżniający pośród wielu treści, publikowanych w Internecie.



Współfinansowano ze środków
Powiatu Świeckiego i Gminy Świecie



d) TREŚĆ A KWESTIE BEZPIECZEŃSTWA

Zasady bezpieczeństwa są kluczowe w udostępnianiu treści. Trzeba posiadać wiedzę, co można podawać do publicznej informacji, a co stanowi zagrożenie – są to kwestie prawa prasowego, dlatego warto poznać je przed publikacją, aby uniknąć konsekwencji.

e) FORMY GRAFICZNE

Nowoczesne narzędzia otwierają przed użytkownikami różnorodne możliwości, dotyczące tworzenia form audiowizualnych – w jakich sytuacjach je stosować? Które z nich stanowią atrakcyjny dodatek ? czy poprzez nieumiejętne zastosowanie, przekaz może stać się mało czytelny? Na to pytanie odpowiemy podczas dyskusji.

4. CZĘŚĆ SZKOLENIOWA – PRZYGOTOWANIE KRÓTKIEGO FILMU I PREZENTACJA HASŁA REKLAMOWEGO – krótkie przekazy typu „rolka” są obecnie pożądaną formą promocji biznesu – omówienie przygotowanych przekazów w kontekście współczesnej reklamy

5. PODSUMOWANIE SZKOLENIA – wspólne określenie najważniejszych założeń materiału filmowego, dodatkowe pytania do osoby prowadzącej szkolenie.

6. POŻEGNANIE



Współfinansowano ze środków
Powiatu Świeckiego i Gminy Świecie

