

JAK PROMOWAĆ INSTYTUCJĘ NA FACEBOOKU I INSTAGRAMIE W SPOSÓB ORGANICZNY I PŁATNY. OMÓWIENIE FUNKCJONALNOŚCI MANAGERA REKLAM

WAŻNE INFORMACJE:

Proponujemy Państwu udział w szkoleniu, podczas którego uczestnicy poznają wiele efektywnych narzędzi do promocji instytucji i komunikacji online. Wskażemy w jaki sposób wykorzystywać Social Media do promocji swojej instytucji. Pokażemy również inne ważne i potrzebne działania online. Omówimy promocje bezpłatne (organiczne) i płatne. Przedstawimy i przeprowadzimy przez proces tworzenia reklamy w Managerze Reklam. Zwrócimy uwagę również na aktualne trendy promocji w mediach społecznościowych. Nasze zajęcia prowadzone są metodą warsztatową – pracujemy na przykładach, i nimi poparte są również wszystkie omawiane treści.

CELE I KORZYŚCI:

- Zapoznasz się z możliwościami i potencjałem Facebooka, Instagrama i oraz ich wykorzystanie do promocji działań i budowania wizerunku instytucji w zakresie organicznym (bezpłatnym) i płatnym.
- Zdobędziesz wiedzę z zakresu wykorzystywania możliwości każdej omawianej platformy społecznościowej.
- Zdobędziesz umiejętności wykorzystywania możliwości organiczne (bezpłatne) – różnorodność form, postów, formatów.
- Poznasz zasady i mechanizmy oraz inspiracje do tworzenia efektywnych postów i nauczysz się tworzyć bazy pomysłów treści oraz je planować.
- Nauczysz się obsługi Managera Reklam i będziesz mógł samodzielnie przygotowywać reklamy płatne.
- Poznasz aplikacje ułatwiające działania promocyjne w Social Media.

PROGRAM:

1. Dane liczbowe z obszaru Internetu i Social Media w Polsce na 2023 rok oraz liczebność każdej z platform.
2. Czy wiesz kto jest Twoim odbiorcą – jak go zrozumieć i jak go oczarować?
3. Social media i ich możliwości – jak się w nich poruszać obecnie i co jest najważniejsze.

Podczas warsztatów:

W opcji organicznej:

- Przyjrzymy się ważnym elementom strony oficjalnej Facebooka (cover photo, profil photo, CTA) oraz Instagrama (bio, highlights, siatka, aktywny link).
- Omówię różnorodność publikacji jakie mamy aktualnie dostępne na fanpage (**post, relacja, live, rolka, wydarzenie**) Facebooka oraz różnorodność publikacji i formatów na Instagramie (siatka – posty, video, reels oraz Insta Story).
- Zwrócę uwagę na znaczenie dopasowania grafik do wymogów platform.
- Przyjrzę się **algorytmowi** obu platform i wskażę działania, które przynoszą najwięcej oczekiwanych efektów.
- Nauczę jak prowadzić stronę oficjalną na Facebooku i Instagramie: jak pisać angażujące **posty** i jak je planować (Meta Business Suite).
- Przedstawię inspirujące i dobrze prowadzone strony instytucji na FB i IG – dyskusja, wymiana.
- Dowiemy się jak dzięki **grupom** zwiększać zasięgi postów ze swojej strony na Facebooku. Powiem jak i dlaczego warto je zakładać.

- Opowiem jak wykorzystywać potencjał **wydarzeń** FB i jak je tworzyć.
- Omówimy potencjał **Insta Story i Reels** na IG.
- Omówimy znaczenie i **dobór #** do zwiększenia zasięgów na IG.
- Jak efektywnie prowadzić oba konta, jak planować komunikację, żeby się wzajemnie wspierała.
- Dyskusja na temat słabych i mocnych stron oby platform wraz ze sposobami na efektywne działania.
- Przejrzemy wspólnie kilka stron i omówimy je.

W opcji płatnej:

- Opowiem o jakich zasad trzeba przestrzegać przy tworzeniu reklam na Facebooku i Instagramie korzystając z narzędzia Manager Reklam Meta - najważniejsze regulaminowe kwestie.
- Wyjaśnię jakie cele można zrealizować za pomocą Managera Reklam:
 - czemu służą i jak je dobrać i wykorzystać do naszych potrzeb,
 - omówienie poszczególnych celów reklamowych,
 - przedstawienie ich przeznaczenia do konkretnych potrzeb,
 - omówienie efektów, których możemy się spodziewać po każdym z nich,
 - zmiany jakie zachodzą w MR cały czas w związku ze sztuczną inteligencją.
- Opowiem jak targetować reklamy:
 - geolokalizacja, wiek, płeć, język,
 - zainteresowania, dane demograficzne, zachowania.
- Wyjaśnię jak dobrać umiejscowienie dla reklam – automatyczne czy ręczne.
- Wytlumaczę jak wybrać budżet między dziennym i całkowitym.
- Wyjaśnię na jakie wskaźniki zwracamy uwagę przy konkretnych celach.
- Omówię jak ważna jest grafika i dostosowanie jej do różnych umiejscowień.
- Pokażę jak robić animacje ze zdjęć/grafik już w Managerze Reklam.
- Przejdę przez całość procesu tworzenia reklam pokazując go od podstaw i wyjaśniając jak to należy robić kiedy chcemy reklamować post z fanpage, wydarzenie, czy kiedy chcemy zapraszać ludzi do wejścia na stronę www.
- Pytania, dyskusja, wymiana.

ADRESACI:

JST, instytucje państwowe. Gminy, Powiaty, Miasta, Uczelnie, UP, Instytucje Kultury. Pracownicy wydziałów promocji i komunikacji jednostkach administracji publicznej, osoby przygotowujące treści, grafiki na stronach internetowych i mediach społecznościowych w organizacjach samorządowych.

PROWADZĄCA:

Absolwentka Międzynarodowej Wyższej Szkoły Nauk Politycznych przy Uniwersytecie Śląskim oraz podyplomowej Szkoły Marketingu i Zarządzania. Specjalistka ds. marketingu, promocji i reklamy z wieloletnim doświadczeniem w międzynarodowych korporacjach, trenerka, konsultant marketingowo-biznesowy młodych biznesów oraz mikro i małych firm. Doradza w zakresie marketingu online, w tym mediów społecznościowych i spójności komunikacji w różnych kanałach. Przygotowuje strategie marketingowe online dla przedsiębiorców i (współ)tworzy ich komunikację w sieci. Od 7 lat prowadzi warsztaty dla firm i instytucji państwowych z zakresu funkcjonalności Social Mediów (m.in. Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube, TikTok), tworzenia grafik w programie Canva.com, storytellingu czy content marketingu. Píše artykuły, teksty na strony www. Prelegentka na wydarzeniach dla przedsiębiorców. Pasjonuje się rozwojem osobistym i prowadzi bloga dla przedsiębiorczych kobiet. Moderuje grupę dla kobiet przedsiębiorczych na FB: Wspieramy się w rozwoju i w biznesie i kilka grup lokalnych. Przeprowadziła szkolenia zamknięte m.in. dla Wojsk Obrony Terytorialnej, Politechniki Śląskiej, Urzędu Marszałkowskiego Województwa Opolskiego, Starostwa Powiatowego w Drawsku Pomorskim, Uniwersytetu Zielonogórskiego, Muzeum Gdańskiego, Narodowego Centrum Kultury, Uniwersytetu Medycznego w Łodzi, Uniwersytetu Przyrodniczego w Poznaniu.

Jak promować instytucję na Facebooku i Instagramie w sposób organiczny i płatny - omówienie funkcjonalności managera reklam



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



29-30 sierpnia 2023 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 695 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line z możliwością zadawania pytań,
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
certyfikat ukończenia szkolenia.

DANE

DO

KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Centrum Szkoleniowe w Łodzi
ul. Jaracza 74, 90-242 Łódź
tel. 535 175 301 biuro@frdl-lodz.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub
co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK ☐

NIE ☐

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Proszę o przesłanie certyfikatu na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.frdl-lodz.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Zgłoszenia prosimy przysłać do 24 sierpnia 2023 r.

UWAGA! Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____