

## Narzędzia marketingu i PR w urzędzie

### O SZKOLENIU:

Z marketingiem w Polsce jest trochę jak z polityką i medycyną. Każdy się na nim zna, ale potem okazuje się, że kampanie promocyjne są organizowane głównie na Facebook i w podstawowej wersji.

Dodatkowo nieliczni pamiętają, że sztuką w marketingu jest wykorzystanie narzędzi sprawdzonych przez innych ludzi (inne urzędy). Źle dobrane narzędzia są drogie i tylko częściowo docierają do odbiorcy. Niestety budżety w 2024r. nie należą do krezusowych.

Źle wykonana kampania zniechęca decydentów do planowania środków na promocję na rok następny. Dobrze wykonana kampania powoduje, że urząd jest nagradzany, zauważony a w konsekwencji decydenci ...chcą więcej.

W czasie szkolenia nasz ekspert wspólnie z uczestnikami szkolenia tworzy strategię i dobiera konkretne narzędzia, które powinny być wykorzystane w czasie dowolnej kampanii promocyjnej urzędu i projektów planowanych przez władze.



### PROGRAM SZKOLENIA:

10:00 – 12:00	<p><b>BLOK I.</b> <b>MARKETING TRADYCYJNY</b></p> <p><b>Narzędzia drukowane</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Słowo wstępu - praktyka segmentacji to nadal podstawa marketingu</li> <li>❖ Przygotowanie tradycyjnej kampanii promocyjnej.</li> <li>❖ Tradycyjne narzędzia marketingu.</li> <li>❖ Wzmacnianie tradycyjnych narzędzi marketingu</li> <li>❖ Układ tradycyjne materiałów promocyjnych a dopasowane do percepcji mieszkańców.</li> </ul> <p><b>Co jest. Co powinno być. Wizerunek w sieci</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Jak sprawdzić, czy wizerunek jest prawidłowy.</li> <li>❖ Przykłady dobrze zbudowanego wizerunku władz urzędu.</li> <li>❖ Dobór miejsca w Internecie.</li> <li>❖ Dobór treści do temperamentu i kariery zawodowej oraz do wyborców.</li> <li>❖ Dobór zdjęć, filmów, multiprezentacji.</li> </ul> <p><b>PRAKTYKA YouTube i Fejsa. Co zmieniło się przez 5 ostatnich lat.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Specyfika języka na YouTube i Facebook –pojęcia i terminy specjalistyczne</li> <li>❖ Zasady tworzenia i publikacji treści na YouTube i Facebook m.in.: – nazwanie profilu (dostosowanie nazwy i treści do grupy docelowej)</li> </ul>	
---------------	--	--

	<ul style="list-style-type: none"> <li>– ustawienia prywatności oraz prawa autorskie na YouTube i Facebook</li> <li>– statusy, zdjęcia, linki, tagowanie zdjęć</li> <li>– optymalizacja filmów YouTube</li> <li>– optymalizacja kanałów YouTube</li> <li>❖ Miejsce kanału YouTube w Google</li> <li>❖ Przykłady kanałów i kampanii realizowanych na YouTube i Facebook</li> <li>❖ Jak zbudować społeczność na YouTube i Facebook</li> </ul>
12:00– 12:15	Przerwa
12:15– 14:15	<p><b>BLOK II.</b> <b>NOWOCZESNE NARZĘDZIA MARKETINGU</b></p> <p><b>Nowoczesny marketing w sieci:</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ LinkedIn</li> <li>❖ Instagram</li> <li>❖ Twitter (dziś X)</li> <li>❖ Pinterest</li> <li>❖ Tik-Tok</li> <li>❖ Screencasty</li> <li>❖ Vlogi</li> <li>❖ Mashupy</li> <li>❖ Memy</li> <li>❖ Remixy</li> <li>❖ Parodie</li> <li>❖ Prezentacje</li> <li>❖ Porady i podpowiedzi -tricki PR</li> </ul>  <p><b>Co zrobić, żeby nas zauważyli.</b> <b>Inne narzędzia marketingu – przykłady z kraju i zagranicy.</b></p> <ul style="list-style-type: none"> <li>❖ Marketing internetowy: od e-mailingu do reklamy.</li> <li>❖ Marketing wirusowy, blogi, chat-y, fora dyskusyjne.</li> <li>❖ Marketing partyzancki (guerilla marketing).</li> <li>❖ Marketing szeptany i ukryty.</li> <li>❖ Experiential Marketing.</li> <li>❖ Event marketing.</li> <li>❖ Relationship marketing.</li> <li>❖ Customer Experience Management</li> <li>❖ Outdoor</li> </ul> 

## INFORMACJE ORGANIZACYJNE:

**Lokalizacja:** ONLINE

**Cena udziału:** 500 zł netto