

PR i promocja w instytucji publicznej Warsztaty z budowania strategii i stosowania narzędzi marketingu

O SZKOLENIU:

Szkolenie jest praktyczne. Podczas warsztatów uczestnicy nauczą się tworzyć strategię komunikacji społecznej na najbliższe lata oraz skutecznie promować wydarzenia, siebie, władze instytucji w mieście, regionie, Polsce, Europie.

Korzyści dla uczestników:

- Analiza obecnego systemu komunikacji we współpracy z zewnętrznym ekspertem;
- Zbudowanie systemu komunikacji na najbliższe lata;
- **Nawiązanie i/lub modernizacja współpracy między osobami zajmującymi się komunikacją społeczną i marketingiem w instytucji i jednostkach podległych a także w instytucjach ważnych dla promocji;**
- Zdobywanie wiedzy na temat skutecznych narzędzi PR w administracji;
- Nauka prawidłowego dobierania narzędzi do promocji konkretnego wydarzenia;
- Sprawdzenie i poszerzenie systemu komunikacji z mediami;
- Poznanie nowoczesnych narzędzi PR i marketingu w dobie, kiedy Facebook jest już standardem.



PROGRAM SZKOLENIA:

10.00 – 11.30	CZĘŚĆ 1. CO JEST I CO BĘDZIE Wizerunek w sieci • Jak zbudować wizerunek szefa instytucji i własny w sieci. • Dobór miejsca w Internecie. • Dobór treści do temperamentu i kariery zawodowej. • Dobór zdjęć, filmów, multiprezentacji. ZBUDUJMY SILNIK KOMUNIKACJI między instytucją a jednostkami organizacyjnymi i partnerami instytucji – WARSZTATY • System komunikacji Instytucji i jednostek podległych oraz innych podmiotów wspierających system promocji; • Przykładowe schematy organizacji systemu komunikacji społecznej. • Stworzenie skutecznego przepływu informacji pomiędzy osobami odpowiedzialnymi za komunikację.	
11.30 – 12.00	Przerwa	

12.00 – 13.30	CZĘŚĆ 2 Nowe trendy a narzędzia PR i marketingu w instytucji publicznej • Tradycyjne narzędzia marketingu • Media • Outdoor i nowe trendy w materiałach drukowanych • e-PR • reklama • marketing partyzancki • marketing doznań • Marketing wirusowy • Marketing bezpośredni. • Marketing partyzancki (guerilla marketing). • Marketing szeptany i ukryty. • Experiential Marketing. • Event marketing. • Programy lojalnościowe w samorządzie na przykładach. • Relationship marketing.  Social media • Zbudowanie systemu social mediów instytucji/jednostek podległych i połączenie ich w całość. ▪ Wykorzystanie social mediów w relacjach z mediami, partnerami instytucji ▪ Dwie strategie wiekowe – od formy i tematu materiału do czasu jego emisji ▪ Język social mediów. ▪ Sprawdzenie skuteczności.
13.30 – 14.30	Dłuższa przerwa
14.30 – 16.00	CZĘŚĆ 3 GRA STRATEGICZNA PROMOCJA KONKRETNEGO WYDARZENIA Jak informować o wydarzeniu z udziałem dyrekcji i zaproszonych gości? Jak i gdzie promować wydarzenie? Uczestnicy zbudują z trenerem system wydarzeń i strategię komunikacji?

INFORMACJE ORGANIZACYJNE:

Lokalizacja: Warszawa
Uczestnicy: grupa do 15 osób
Cena standardowa: 1300 zł netto