



PŘEKRAČUJEME HRANICE
PRZEKRACZAMY GRANICE
2014–2020



EVROPSKÁ UNIE / UNIA EUROPEJSKA
EVROPSKÝ FOND PRO REGIONÁLNÍ ROZVOJ
EUROPEJSKI FUNDUSZ ROZWOJU REGIONALNEGO

**SZKOLENIE DLA WNIOSKODAWCÓW I BENEFICJENTÓW
NT. DZIAŁAŃ PROMOCYJNYCH I NOWOCZESNYCH FORM MARKETINGU
W PROJEKTACH REALIZOWANYCH W RAMACH
PROGRAMU INTERREG V-A REPUBLIKA CZESKA – POLSKA**

8.30 – 9.00 REJESTRACJA UCZESTNIKÓW

9.00 – 16.00 SZKOLENIE

Udział w szkoleniu jest bezpłatny. Organizator zapewnia poczęstunek

SKRÓCONY OPIS SZKOLENIA

Szkolenie z prowadzenia działań promujących markę lub ideę przy pomocy nowoczesnych form komunikacji z otoczeniem. Prezentacja dostępnych narzędzi pozwalających optymalnie wykorzystywać możliwości tzw. nowych mediów do propagowania komunikatu marketingowego w kontekście projektów realizowanych w ramach **PROGRAMU INTERREG V-A REPUBLIKA CZESKA – POLSKA**

CELE SZKOLENIA

- I. Zdobycie wiedzy na temat e-marketingu, szczególnie ukierunkowanego na promocję projektów i angażowanie użytkowników.
- II. Nabycie umiejętności planowania i koordynowania działań promocyjnych projektu z użyciem nowoczesnych form komunikacji.
- III. Trening właściwej postawy względem efektywności komunikacji z interesariuszami za pośrednictwem kanałów internetowych oraz mierzenie skuteczności podejmowanych działań.
- IV. Umiejętność wykorzystania zdobytej wiedzy w działaniach promocyjnych przy projektach realizowanych w ramach **PROGRAMU INTERREG V-A REPUBLIKA CZESKA – POLSKA**

PROGRAM SZKOLENIA

- I. Wprowadzenie do e-marketingu – przegląd możliwości i narzędzi, którymi obecnie dysponuje marketer i które może wykorzystywać w komunikacji marketingowej online
 - ✓ Cele vs. Możliwości – mnogość dostępnych narzędzi internetowych może być zarówno dobrodziejstwem jak i przekleństwem dla osoby planującej kampanię

- reklamową, jedną z tajemnic sukcesu jest dobranie odpowiednich działań do stawianych sobie celów.
- ✓ Grupa docelowa vs. Realne zasięgi – we współczesnej komunikacji marketingowej właściwie nie mamy ograniczenia względem obszaru działania, jesteśmy w stanie dotrzeć z przekazem do niemal każdego zakątka świata, cała sztuka polega na tym aby docierać do właściwych miejsc i ludzi, dlatego z perspektywy planowania kampanii reklamowej bardzo istotne jest określenie grupy docelowej i dobieranie takich form komunikacji, które pozwolą nam dotrzeć do tych właściwych użytkowników.
- II. Content marketing / inbound marketing – co z czym i do kogo, czyli omówienie kanałów komunikacji, metod i narzędzi, którymi dysponuje marketer, aby zrealizować swoje cele promocyjne.
- ✓ Ekosystem, czyli elementy budowania wizerunku własnej marki, które stanowią punkty styku z użytkownikiem. Aby skutecznie propagować komunikat marketingowy należy odpowiednio dobrać i wykorzystywać narzędzia takie jak:
 - ✓ Użyteczna i dostępna strona www.
 - ✓ Oryginalny blog
 - ✓ Skuteczny landing page
 - ✓ Ekspercki webinar i/lub podcast
 - ✓ Nowoczesny vlog
 - ✓ Angażujące strony marek/idei w mediach społecznościowych z wykorzystaniem popularnych portali m.in. Facebook, Twitter, LinkedIn, Instagram, YouTube, itp.
 - ✓ Promocja, czyli prezentacja i omówienie podstawowych narzędzi docierania do użytkowników i zapraszania ich do naszego ekosystemu – pozycjonowanie, boksy sponsorowane, reklama kontekstowa, reklama Facebook, display, remarketing.
 - ✓ NetPR, czyli metody badania i ochrony (budowania) wizerunku w przestrzeni internetowej – monitoring, opinie, artykuły, fora, pozycjonowanie wizerunkowe.
 - ✓ E-mail marketing, czyli skuteczne i etyczne stosowanie nowoczesnego marketingu bezpośredniego – lead nurturing, mailing, automatyzacja marketingu.
- III. E-marketing Toolbox - charakterystyka najpopularniejszych narzędzi marketingu internetowego, wykorzystywanych w pracy z wcześniej umówionymi kanałami komunikacji.
- IV. Kontrola i weryfikacja - co i jak warto mierzyć, aby ocenić efektywność podejmowanych działań.
- V. Działania promocyjne w świetle projektów realizowanych w ramach **PROGRAMU INTERREG V-A REPUBLIKA CZESKA – POLSKA**
- VI. Q&A - pytania uczestników, podsumowanie.

FORMA PRZEPROWADZENIA ZAJĘĆ:

- ✓ Wykład i konsultacje
- ✓ Prezentacja narzędzi
- ✓ Przykłady praktyczne

SYLWETKA TRENERA PROWADZĄCEGO AUTORA PROGRAMU**MAREK ZWOLIŃSKI**

Doświadczony konsultant biznesowy, specjalizujący się we wdrażaniu rozwiązań e-marketingowych. Wiedzę zdobytą podczas wieloletniej praktyki zawodowej, skutecznie przekazuje klientom, studentom oraz uczestnikom szkoleń i konferencji. Wielokrotny prelegent największej polskiej konferencji internetowej: InternetBeta. Wykładowca Wyższej Szkoły Biznesu w Dąbrowie Górniczej z zakresu skutecznego wykorzystania nowoczesnych rozwiązań technologicznych (ICT) w prowadzeniu działalności gospodarczej.

W branży interaktywnej aktywny praktycznie „od początków internetu w Polsce”, planując i koordynując realizację projektów dla Klientów takich jak: PKPP Lewiatan, US Pharmacia (APAP), Caparol, Biofarm, czy Łódzkiej Agencji Rozwoju Regionalnego S.A. Zwolennik użytecznych i dostępnych kreacji internetowych, skutecznie realizujących założone cele biznesowe.

Posiada:

- ✓ 18-letnie doświadczenie w zakresie wdrażania rozwiązań e-marketingowych i prowadzenia szkoleń rozwijających kompetencje cyfrowe,
- ✓ 5-letnie doświadczenie w realizacji projektów współfinansowanych z EFS,
- ✓ 3-letnie doświadczenie w pracy na stanowisku dydaktyka na uczelni wyższej.

Entuzjasta nowych mediów, przynoszących nowe możliwości i pole do działań (nie tylko) marketingowych.

Certyfikowany menadżer projektów według metodyki TenStep®.

Szkolenie współfinansowane ze środków Europejskiego Funduszu Rozwoju Regionalnego w ramach projektu Pomocy Technicznej Interreg V-A RCz – PL