

Budowanie wizerunku w Social Media

W dzisiejszych czasach wizerunek jest czymś niestychanie ważnym. Zarówno z perspektywy kandydata do pracy, pracownika, menedżera jak i właściciela firmy. Możliwości jakie daje internet, a w szczególności media społecznościowe, są olbrzymie i mogą zarówno wzmocnić wizerunek osoby lub ten wizerunek osłabić, a nawet zniszczyć. Odpowiedni wizerunek w Social Media to szansa na lepszą pracę, awans, zdobycie nowych Klientów albo wypromowanie swojego biznesu.

Na szkoleniu Budowanie Wizerunku w Social Media uczestnicy poznają najważniejsze narzędzia i sposoby prezentacji i kreowania własnej marki - spójnego i profesjonalnego wizerunku zgodnego z własnymi wartościami oraz celem jaki chcą osiągnąć.

Szkolenie da możliwość porównania najważniejszych sposobów Personal Branding i wybór tych najbardziej optymalnych z perspektywy każdego uczestnika.

Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Uczestnik zwiększy świadomość w zakresie wpływu wizerunku na karierę oraz odbiór przez pracowników, współpracowników, szefów, klientów

Otrzyma wskazówki w zakresie budowania własnych profili w mediach społecz. (opis, wybór zdjęcia profilowego, zainteresowania, charakter postów i dobór zdjęć)

Pozna najlepsze praktyki i główne zasady etykiety Social Media

Będzie potrafił przeanalizować wizerunek drugiej osoby i doradzić jej w zakresie prostych elementów wspierających lub osłabiających ten wizerunek

Wybierze najbardziej optymalne dla siebie sposoby wykorzystania poszczególnych narzędzi Social Media i zdefiniuje cele oraz strategię budowania w nich swojego wizerunku

Cena:

1700 pln netto / 2 dni / os.



I. Kluczowe elementy wizerunku zawodowego i osobistego

- Wiedza (Content)
- Popularność (popularity)
- Atrakcyjność (attractiveness)
- Wpływowość (Influence)
- Komunikacja wizualna - „jak Cię widzą tak Cię piszą”

II. Marka osobista

- Kiedy wizerunek staje się marką?
- Kluczowe czynniki marki osobistej
- Budowanie wizerunku a budowanie marki
- Uwierzytelnianie marki
- Wykorzystanie marki

III. Cel budowania wizerunku

- Zdefiniowanie celu i efektu budowania wizerunku

IV. Elementy budowania wizerunku na co dzień i ich odbicie w Social

Media

- Etykieta i sposób bycia
- Zasady i wartości
- Styl i strój
- Wiedza

V. Media tradycyjne i Social Media

- Specyfika Social Media
- Główne pojęcia stosowane w Social Media
- Etykieta Social Media
- Wybór Social Media w odniesieniu do celu wizerunkowego

VI. Facebook

- Budowanie profilu
- Tworzenie silnego posta
- Filtrowanie znajomości
- Ustawienia prywatności dla profilu i postów
- Tworzenie zasięgu zdjęć poprzez tworzenie albumów
- Uczestnictwo w grupach otwartych i zamkniętych

VII. LinkedIn

- Specyfika LinkedIn w wersji desktop i mobilnej
- Tworzenie profilu
- Tworzenie nagłówka
- Tworzenie opisu zawodowego
- Określenie grupy pożądaných kontaktów
- Dodawanie kontaktów, szukanie kontaktów (Connections) wg kluczy
- Ocieplenie kontaktu po przyjęciu do sieci
- Ocieplanie kontaktu przy okazji rocznic, wydarzeń okolicznościowych (zmiana pracy, awans)
- Udostępnianie cudzych treści
- Dzielenie się wiedzą, komentowanie, tworzenie własnej treści

VIII. Twitter

- Prowadzenie profilu - ogólne zasady
- Określanie profili, które warto śledzić
- Tworzenie silnych „Tłitów”
- Udostępnianie, komentowanie

IX. Instagram

- Specyfika Instagram i jego wykorzystanie do budowania wizerunku zawodowego
- Ustawienia prywatności
- Specyfika dobrego zdjęcia niezależnie od tematu - kompozycja i edycja (podstawy)
- Zdobywanie Followersów
- Określanie profili, które warto śledzić
- Udostępnianie zdjęć, opisywanie zdjęć i komentowanie
- Instastory
- InstaTV

X. Youtube

- Najlepsze praktyki w zakresie tworzenia filmów dedykowanych do Youtube
- Najlepsze praktyki prowadzenia kanału na Youtube
- Zasady zdobywania zasięgów na Youtube
- Odśłony vs. subskrypcje

XI. Inne media

- Serwisy branżowe
- Platformy wymiany wiedzy
- Fora internetowe
- Pisanie artykułów do mediów tradycyjnych i online