

Personal Branding

Z kim kojarzą Ci się czerwone spodnie, czerwone okulary i żółta koszula? Już wiesz? Dlaczego akurat z tą osobą? Co możesz powiedzieć o tej osobie?

W dzisiejszych czasach wizerunek jest czymś niestetycznie ważnym. Nie jest to już tylko domena ludzi z tzw. „show biznesu”. Jest ważny również z perspektywy osób prowadzących swoje biznesy, zarządzających firmą, pracowników, czy kandydatów starających się o pracę. 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 zdobycie nowych klientów, wypromowanie swojego biznesu, awans lub nową pracę. Na szkoleniu Personal branding uczestnicy poznają najważniejsze narzędzia i sposoby prezentacji i kreowania własnej marki - spójnego i profesjonalnego wizerunku zgodnego z własnymi wartościami oraz celem jaki chcą osiągnąć.



Czego uczestnik nauczy się na szkoleniu?

Czym jest Personal Branding

Dowie się kiedy wizerunek staje się marką

Dowie się jak budować własną postawę pro aktywną i obszary wpływu

Otrzyma wskazówki w zakresie budowania własnych profili w mediach społecznościowych

Pozna najlepsze praktyki i główne zasady etykiety Social Media

Cena:

1900 pln netto / 2 dni / os.

I. Wstęp - czym jest Personal branding

- Definicja marki własnej
- Najważniejsze zasady marketingowe w odniesieniu do marki własnej
- Reaktywność vs pro aktywność – jak budować własną postawę pro aktywną i obszary wpływu

II. Marka osobista

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

III. Cel budowania wizerunku

- Zdefiniowanie celu i efektu budowania wizerunku

IV. Kluczowe elementy wizerunku zawodowego i osobistego

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

V. Elementy budowania wizerunki na co dzień i ich odbicie w Social Media

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

VI. 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

VII. Facebook

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

VIII. LinkedIn

- Tworzenie profilu, opisu zawodowego, nagłówka
- Specyfika wersji desktop i mobilnej
- Określenie grupy pożądaných kontaktów
- Szukanie i dodawanie kontaktów
- Ocieplanie kontaktu po przyjęciu do sieci
- Ocieplanie kontaktu wykorzystując różnego rodzaju okazje
- Udostępnianie cudzych treści
- Dzielenie się wiedzą, tworzenie własnych treści

IX. Twitter

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

X. Instagram

- Specyfika Instagramu i jego wykorzystanie do budowania wizerunku
- Ustawienia prywatności
- Specyfika dobrego zdjęcia
- Zdobywanie Followersów
- Określenie profili, które warto śledzić
- Udostępnianie zdjęć, opisywanie zdjęć i komentowanie
- Instastory
- InstaTV

XI. YouTube

- Najlepsze praktyki w zakresie tworzenia filmów
- Najlepsze praktyki prowadzenia kanału na YouTube
- Zasady zdobywania zasięgów na YouTube
- Odstrony vs. Subskrypcje

XII. Inne media

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

