

SOCIAL MEDIA W BRANŻY BEAUTY



DLA KOGO JEST SZKOLENIE?

Właściciele lub pracownicy małych i średnich przedsiębiorstw działających w branży urodowej, chcący poznać podstawy marketingu w SM.

CELE SZKOLENIA:

- Pozyskanie praktycznych umiejętności pozwalających na założenie i prowadzenie kanałów social media.
- Pozyskanie wiedzy pozwalającej na bardziej skuteczną komunikację z Klientem, zwiększenie świadomości marki, promocję usług, budowanie pozytywnego wizerunku firmy.

WPROWADZENIE

Możliwości mediów społecznościowych.
Cele marketingu w SM i określenie grupy targetowej.
Strategia obecności w SM i dobór kanałów.
Jak budować wizerunek profesjonalisty?
Skuteczne narzędzia e-marketingu.
Siła pozytywnej opinii.
Analiza kanałów SM firmy.

FACEBOOK

Tworzenie i administrowanie fanpage.
Prowadzenie skutecznej komunikacji na Facebooku: jak pozyskać fanów i zwiększyć ich zaangażowanie.
Tworzenie contentu: zamieszczenie linków, filmów, zdjęć, tagowanie.
Facebook Places.
Przygotowanie płatnej kampanii reklamowej.
Tworzenie i prowadzenie konkursów.
Mierzenie skuteczności.
Obsługa Klienta na Facebook.
Case study - przykłady dobrych praktyk.

SOCIAL MEDIA W BRANŻY BEAUTY



INSTAGRAM

Założenie konta na Instagramie [na co zwrócić uwagę przy rejestracji konta, nazwa użytkownika, identyfikacja wizualna konta, opis i linki].

Zasady publikowania na Instagramie: używanie filtrów, oznaczeń i hashtagów, geolokalizacja.

Instagram Stories.

Integracja z innymi serwisami społecznościowymi.

Dodatkowe narzędzia wspierające: Lattergram, Repost, Hyperlapse, Layout, Boomerang.

Aktywne pozyskiwanie followersów i Klientów.

Case study - przykłady dobrych praktyk.

FOURSQUARE

Serwisy geolokalizacyjne – zasady działania i rodzaje serwisów.

Założenie konta na Foursquare i podstawowe funkcjonalności.

Zasady publikowania na Foursquare: zameldowanie, odznaki, mayor, porady, specials, brand page.

Monitorowanie lokalizacji na Foursquare: opinie, zdjęcia, listy użytkowników.

Tworzenie i zarządzanie promocją.

Budowanie społeczności, akcje specjalne, Swarm Party.

Case study - przykłady dobrych praktyk.

PODSUMOWANIE

Narzędzia wspierające komunikację w SM.

Planowanie działań w SM - kalendarz postów.

Łączenie kampanii online z offline.