

OFERTA SZKOLEŃ Z KOMUNIKACJI I PUBLIC RELATIONS

2021

- **Zarządzanie w kryzysie**
- **Serwisy społecznościowe**
- **LinkedIn:**
 - a. LinkedIn dla sprzedawców i handlowców
 - b. LinkedIn dla HR i employer branding
 - c. LinkedIn dla biznesu
- **Szkolenie medialne**



www.agencjazajac.pl

Tel. 603 120 000, e-mail: lukasz@agencjazajac.pl

Zakładamy szkolenia stacjonarne, ale wersja hybrydowa jest możliwa.

ZARZĄDZANIE W KRYZYSIE: jak komunikować się w trudnych czasach?

- Co robić, kiedy atakują nas media.
- Jak poinformować klientów o kryzysie w firmie.
- Jak zapobiec aferze wizerunkowej.

Jak umiejętnie zabrać głos i być twarzą firmy?

„Czy zdajesz sobie sprawę, że głos prezesa ma wielkie znaczenie dla pracowników i społeczności lokalnej. Ponad 80% badanych oczekuje tego od szefów firm”.
(Edelman, Trust Barometer 2021, globalne badanie prowadzone od 2000 roku).

Do kogo

- Kadra zarządzająca: zarząd i właściciel.
- Dyrektorzy działu jakości, HR, marketingu, handlowego i prawnego.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Jak przygotować się na kryzys lub incydent medialny.
- Jak analizować potencjalne ryzyka.
- Co jest potrzebne do zbudowania zespołu ds. zarządzania kryzysem.
- Jak tworzyć media własne niezbędne do szybkiej komunikacji.
- Jak udzielić wypowiedzi dla mediów lub stanąć przed kamerą.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- Za zamkniętymi drzwiami, tylko dla Twoich pracowników.
- W grupach do 10 osób.
- Zakłada pracę indywidualną i warsztatową.
- Warsztat zawiera autorską symulację i pracę grupową.

Czas szkolenia:

- Jeden dzień (7 godzin na dzień w tym dwie 20 minutowe przerwy oraz jedna 30 minutowa na posiłek).

Co dodatkowo otrzymasz po szkoleniu?

- Zdjęcie biznesowe dla mediów (plus ujęcia zakładu).
- Dwustronicowy poradnik dla zespołu managerów.
- Dyplom uczestnictwa.

Program

1. Czym jest komunikacja kryzysowa w firmie i jak ją przygotować?
 - a.) Wybrane studia przypadków.
 - b.) Zespół ds. zarządzania kryzysem
2. Kryzysy powstają w zakładzie. Jak uświadomić swoich pracowników?
3. Opracowanie touch points z dziennikarzami, klientami i konkurencją.
4. Komunikacja w kryzysie:
 - a.) sieci handlowe
 - b.) dostawcy, importerzy
 - c.) branża i konkurencja
 - d. konsumenci
5. Jak komunikować się z konsumentem w czasie reklamacji?
6. Jak współpracować z dziennikarzami i o czym warto z nimi rozmawiać?
7. Szkic informacji prasowej i wybór zdjęć (warsztaty).
8. Czas w public relations (poznaj tryb pracy dzisiejszych mediów).
9. Co robić, kiedy nas atakują?

Dlaczego my

- Znamy dobrze firmy rolno-spożywcze i ich wymagania.
- Jesteśmy w public relations od ponad 10 lat.
- Sprawdź nasze doświadczenie:

Szkolenie poprowadzi **Łukasz Zając**, socjolog i manager PR. Od 2013 związany z mediami. Prowadził studio filmowe, aktualnie właściciel agencji PR. Pracował jako PR manager w [Grupie SuperDrob](#) (2018-2020) oraz doradza kilku polskim firmom z obszaru HR, FMCG i edukacji.

Napisał książkę „[Po co jest PR?](#)”. Członek Polskiego Stowarzyszenia PR i [TREND HOUSE](#). Współtwórca Towarzystw Biznesowych. W 2019 założył Food Brokers, butik doradczy wspierający firmy rolno-spożywcze w zakresie komunikacji, szkoleń i networkingu. Wykładał przez 6 semestrów „Techniki public relations w internecie” (Uniwersytet JP2 w Krakowie). Absolwent Total Design Management w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej (2021). W formie szkoleń i wykładów biznesowych przepracował ok. 400 godzin.

Paweł Sikora. Ponad 13 lat doświadczenia zawodowego - odpowiednio 4 lata jako dziennikarz w ogólnopolskich mediach ("Wprost", iGol.pl, "Gazeta Wyborcza") oraz 9 lat jako osoba odpowiadająca za wizerunek i biura prasowe liderów w swoich branżach (m.in. ZM Henryk Kania S.A., Grupa Mokate, STS S.A.). Nieprzerwanie od początku 2016 roku zajmuje stanowiska PR Managera lub Dyrektora ds. PR we wspomnianych wyżej firmach.

Serwisy społecznościowe (Facebook, Instagram, LinkedIn, Twitter, YouTube)

- Jak tworzyć profile w mediach społecznościowych.
- Jak wyznaczać grupę docelową.
- Jak tworzyć treści i analizować efekt swoich działań.
- Jak promować się bezpłatnie i płatnie w mediach społecznościowych.
- Jak tworzyć treści i analizować efekt swoich działań.

Do kogo

- Właściciele małych i średnich firm.
- Specjalistów od marketingu.
- Osób, które chciałyby zadbać o wizerunek w social media.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Jak wykorzystywać media społecznościowe do celów biznesowych.
- Social media nie kończą się na Facebooku.
- Narzędziowy charakter social media.
- Jak wykorzystywać serwisy społecznościowe do działań B2C i B2B.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- W grupach do 10 osób.
- Oprócz szkolenia jest do wykorzystania (w ciągu roku) 1 godzina konsultacja online z trenerem.

Czas szkolenia:

- Dwa dni: 12 godzin (6 godzin na dzień w tym dwie 15-minutowe przerwy oraz jedna 30-minutowa przerwa).

Program

1. Przywitanie się i przedstawienie agendy szkolenia.
2. Przedstawienie i porównanie różnych kanałów społecznościowych.
3. Facebook.
 - a) Tworzenie i konfiguracja strony firmowej (fanpage'a).
 - b) Formy treści na Facebooku.
 - c) Publikowanie treści na Facebooku.
 - d) Wybrane narzędzia wspomagające tworzenie treści.
 - e) Wyznaczanie i tworzenie grupy docelowej na Facebooku.
 - f) Bezpłatne sposoby promocji fanpage'a.
 - g) Reklama na Facebooku.
 - h) Przegląd statystyk społeczności i statystyk reklam na Facebooku.
 - i) Sesja pytań i odpowiedzi.
4. Marketing na Instagramie.
 - a) Tworzenie i konfiguracja strony firmowej i prywatnej.
 - b) Formaty treści na Instagramie.
 - c) Zasady działania algorytmu na Instagramie.
 - d) Reklama na Instagramie.
 - e) Narzędzia wspierające działania na Instagramie.
5. LinkedIn
 - a) Tworzenie profilu na LinkedIn.
 - b) Sprzedażowe możliwości Linkedina.
 - c) LinkedIn w obszarze HR i employer branding.
 - d) Personal branding na LinkedInie.
 - e) Poszukiwanie nowych możliwości zawodowych na LinkedInie.
 - f) Płatne i bezpłatne metody promocji na LinkedInie.
 - g) Mierzenie i analiza skuteczności działań na LinkedInie.
 - h) Specyfika i możliwości działań na Slideshare.
6. Youtube.
 - a) Specyfikacja serwisu
 - b) Tworzenie i konfiguracja kanału
 - c) Funkcje i możliwości.
 - d) Reklamy na YouTube.
 - e) Analiza działań na YouTube.
7. Inne kanały social media Twitter, Pinterest, Snapchat.
8. Najnowsze trendy mediach społecznościowych oraz źródła wiedzy.
9. Podsumowanie szkolenia. Sesja pytań i odpowiedzi.

Dlaczego my

Szkolenie poprowadzi **Marcin Niewęglowski** - specjalista ds. nowoczesnej komunikacji z ponad 15-letnim doświadczeniem w prowadzeniu projektów w mediach społecznościowych. Od 7 lat zajmuje się marketingiem na LinkedInie (employer branding, employee advocacy, lead generation, personal branding). Brał on udział w m.in. uruchamianiu NDK Blog - jednego z pierwszych wideo blogów w Polsce. Wyróżnia go nieszablonowe podejście do mediów społecznościowych: wykorzystanie Twittera do sondowania potencjalnych rynków dla klientów, YouTube'a do generowania leadów czy LinkedIna do pozyskiwania międzynarodowych kontaktów biznesowych. Pracował dla takich firm jak: Samsung Electronic Polska, E.ON Polska, ING Tech Poland, DLA Piper, home.pl, Hyper Poland, Europa Systems, SuperDrob, Cedrob. Autor ebooka o sprzedaży na LinkedInie - [Skuteczna sprzedaż na LinkedInie](#). Jeden z nielicznych osób w Polsce posiadający certyfikat LinkedIn - LinkedIn Marketing Strategy. Autor [LinkedIn Insights](#) - jedyne na świecie newslettera dedykowanego tematowi LinkedIn, którego czytają osoby z takich firm jak: Lidl, PZU, Nest Bank, Grupa Integer (InPost), Amrest, Allianz, E.ON, Schindler.

LinkedIn dla sprzedawców i handlowców

- Jak zbudować profil eksperta.
- Jak zbudować strategię działań sprzedażowych.
- Jak bezpłatnie i płatnie generować leady.
- Jak mierzyć skuteczność prowadzonych działań.

Do kogo

- Dla sprzedawców i handlowców.
- Dla specjalistów marketingu.
- Dla właścicieli firm.
- Dla osób chcących budować pozycję eksperta na LinkedInie.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Dlaczego LinkedIn jest obecnie obowiązkowym narzędziem w działaniach sprzedażowych.
- Na czym polega social selling.
- Poznasz znaczenie LinkedIna w ścieżce zakupowej klienta.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- W grupach do 10 osób.
- Oprócz szkolenia jest do wykorzystania (w ciągu roku) 1 godzina konsultacja online z trenerem.

Czas szkolenia:

- Jeden dzień (6 godzin na dzień w tym dwie 15-minutowe przerwy oraz jedna 30-minutowa przerwa).

Program

1. Poznajmy się.
2. Znaczenie LinkedIna w obszarze B2B. Trendy, prognozy rozwoju, dane i statystyki.
3. Miejsce LinkedIna w ścieżce zakupowej klienta.
4. Dlaczego LinkedIn jest lekiem na GİODO i nie tylko?
5. Tworzenie sprzedażowego profilu eksperta na LinkedInie.
6. Netykieta sprzedaży, czyli podstawy social sellingu.
7. Tworzenie sieci kontaktów i utrzymywanie relacji.
8. Strategia działań sprzedażowych na LinkedInie.
9. Skuteczne i angażujące treści na LinkedInie.
10. Bezpłatne możliwości sprzedażowe LinkedIna.
11. Płatne możliwości sprzedażowe LinkedIna.
12. Mierzenie skuteczności działań na LinkedInie.
13. Sesja pytań i odpowiedzi.

LinkedIn dla HR i employer branding

- Jak zbudować strategię działań employer brandingowych.
- Jak stworzyć profil atrakcyjnego pracodawcy.
- Jak zaangażować CEO w działania EB.
- Jak mierzyć skuteczność prowadzonych działań.

Do kogo

- Dla pracowników HR.
- Dla specjalistów marketingu i employer branding.
- Dla osób reprezentujących firmę i kreujących opinie o firmie.
- Dla osób zainteresowanych employer brandingiem.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Na należy zwrócić uwagę przy tworzeniu strategii employer brandingowej.
- Dlaczego angażowanie pracowników jest kluczowe.
- Jakie są archetypy komunikacyjne w obszarze employer branding na LinkedInie.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- W grupach do 10 osób.
- Oprócz szkolenia jest do wykorzystania (w ciągu roku) 1 godzina konsultacja online z trenerem.

Czas szkolenia:

- Jeden dzień (6 godzin na dzień w tym dwie 15-minutowe przerwy oraz jedna 30-minutowa przerwa).

Program

1. Poznajmy się.
2. Znaczenie LinkedIna w obszarze employer branding Trendy, prognozy rozwoju, dane i statystyki.
3. Miejsce LinkedIna w świadomości potencjalnego pracownika.
4. Rola profilu osobistego w pozyskiwaniu pracowników.
5. Rola profilu firmowego w pozyskiwaniu pracowników.
6. Najlepsze praktyki komunikacyjne firm w zakresie employer branding na LinkedInie
7. Strategia employer brandingowych na LinkedInie..
8. Bezpłatne i płatne możliwości w zakresie employer branding na LinkedInie.
9. Mierzenie skuteczności działań na LinkedInie.
10. Sesja pytań i odpowiedzi.

LinkedIn dla biznesu

- Jak zbudować strategię działań biznesowych
- Jak tworzyć sieć kontaktów.
- Jak nawiązywać i utrzymywać relacje.
- Jak mierzyć skuteczność prowadzonych działań.

Do kogo

- Dla sprzedawców.
- Dla pracowników HR.
- Dla specjalistów marketingu.
- Dla osób chcących budować pozycję eksperta na LinkedInie.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Jakie korzyści biznesowe daje LinkedIn.
- W jakim celu możesz wykorzystać LinkedIna w rozwoju swojego biznesu.
- Na czym polega nowoczesny B2B w nowej normalności.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- W grupach do 10 osób.
- Oprócz szkolenia jest do wykorzystania (w ciągu roku) 1 godzina konsultacja online z trenerem.

Czas szkolenia:

- Jeden dzień (6 godzin na dzień w tym dwie 15-minutowe przerwy oraz jedna 30-minutowa przerwa).

Program

1. Poznajmy się.
2. LinkedIn obecna sytuacja, statystyki i dane.
3. LinkedIn jako narzędzie biznesowe.
 - a) Miejsce LinkedIna w ścieżce zakupowej klienta.
 - b) Dlaczego LinkedIn jest lekiem na GİODO i nie tylko?
 - c) Tworzenie profilu na LinkedIn.
 - d) Netykieta działań na LinkedInie.
 - e) Tworzenie sieci kontaktów i utrzymywanie relacji.
 - f) Skuteczne i angażujące treści na LinkedInie.
 - g) Bezpłatne możliwości sprzedażowe LinkedIna.
 - h) Płatne możliwości sprzedażowe LinkedIna.
4. LinkedIn w obszarze HR i employer branding.
 - a) Znaczenie LinkedIna w obszarze HR i employer branding.
 - b) Sprawdź czy są tam Twoi odbiorcy – 5-punktowa checklista.
 - c) Profesjonalny profil pracodawcy na LinkedInie.
 - d) Narzędzia do działań employer brandingowych na LinkedInie.
 - e) Metody pozyskiwania pracowników na LinkedInie.

- f) Rola pracowników (ewangelści, eksperci, dystrybutorzy treści) w działaniach employer branding na LinkedInie.
 - g) Jak i dlaczego warto zaangażować CEO w działania employer brandingowe?
5. Personal branding na LinkedInie.
 6. Mierzenie i analiza skuteczności działań na LinkedInie.
 7. Sesja pytań i odpowiedzi

Dlaczego my

Szkolenie poprowadzi **Marcin Niewęglowski** - specjalista ds. nowoczesnej komunikacji z ponad 15-letnim doświadczeniem w prowadzeniu projektów w mediach społecznościowych. Od 7 lat zajmuje się marketingiem na LinkedInie (employer branding, employee advocacy, lead generation, personal branding). Brał on udział w m.in. uruchamianiu NDK Blog - jednego z pierwszych wideo blogów w Polsce. Wyróżnia go nieszablonowe podejście do mediów społecznościowych: wykorzystanie Twittera do sondowania potencjalnych rynków dla klientów, YouTube'a do generowania leadów czy LinkedIna do pozyskiwania międzynarodowych kontaktów biznesowych. Pracował dla takich firm jak: Samsung Electronic Polska, E.ON Polska, ING Tech Poland, DLA Piper, home.pl, Hyper Poland, Europa Systems, SuperDrob, Cedrob. Autor ebooka o sprzedaży na LinkedInie - [Skuteczna sprzedaż na LinkedInie](#). Jeden z nielicznych osób w Polsce posiadający certyfikat LinkedIna - LinkedIn Marketing Strategy. Autor [LinkedIn Insights](#) - jedyne na świecie newslettera dedykowanego tematowi LinkedIna, którego czytają osoby z takich firm jak: Lidl, PZU, Nest Bank, Grupa Integer (InPost), Amrest, Allianz, E.ON, Schindler.

Szkolenie medialne - dla menedżerów i zarządu

- Jak rozmawiać z dziennikarzem i mówić do kamery?
- Jak zabrać publicznie głos i być twarzą firmy?
- Jak stać się postacią medialną z cenną wiedzą dla dziennikarzy?

Do kogo

- Dla osób odpowiedzialnych za komunikowanie o firmie lub instytucji.
- Dla właścicieli i menedżerów.
- Dla osób z wiedzą ekspercką, ale bez doświadczenia w mediach.
- Dla osób często występujących publicznie i reprezentujących interesy firmy.

Po szkoleniu zrozumiesz

- Jak budować przekaz medialny i współpracować z dziennikarzami.
- Jak bronić się przed pułapkami w mediach.
- Jak umocnić zdolności salonowe i networkingowe.
- Jak lepiej opisywać własne interesy i potrzeby biznesowe.

Szkolenie jest prowadzone w formule

- W grupach do 6 osób.
- Zakłada pracę indywidualną, trener-uczestnik podczas nagrań przed kamerą.
- Przeważająca część zajęć to warsztaty.
- Warsztat zawiera autorską symulację i pracę grupową.

Czas szkolenia:

Jeden dzień (6 godzin na dzień w tym dwie 20 minutowe przerwy oraz jedna 30 minutowa na posiłek).

Program

1. Praca dziennikarza, redakcji i system medialny
2. Jakich informacji szukają media?
3. Relacja: inwestor - media - czytelnicy
4. Jak mówić, by być zrozumianym?
5. Triki dziennikarskie
6. Za kamerą, przed mikrofonem
7. Jak komunikować o sobie w social mediach: Twitter i LinkedIn
8. Próby kamerowe
9. Podsumowanie i przewodnik do dalszej pracy

Dlaczego my

Szkolenie poprowadzi **Krzysztof Ziemiec**, dziennikarz telewizyjny i radiowy.

Łukasz Zając, socjolog i manager PR. Od 2013 związany z mediami. Prowadził studio filmowe, aktualnie właściciel agencji PR. Pracował jako PR manager w [Grupie SuperDrob](#) (2018-2020) oraz doradza kilku polskim firmom z obszaru HR, FMCG i edukacji.

Napisał książkę „[Po co jest PR?](#)”. Członek Polskiego Stowarzyszenia PR i [TREND HOUSE](#). Współtwórca Towarzystw Biznesowych. W 2019 założył Food Brokers, butik doradczy wspierający firmy rolno-spożywcze w zakresie komunikacji, szkoleń i networkingu. Wykładał przez 6 semestrów „Techniki public relations w internecie” (Uniwersytet JP2 w Krakowie). Absolwent Total Design Management w Szkole Biznesu Politechniki Warszawskiej (2021). W formie szkoleń i wykładów biznesowych przepracował ok. 400 godzin.

Więcej informacji udziela:

Łukasz Zając

603 120 000

663 752 694

lukasz@agencjazajac.pl

Zakładamy szkolenia stacjonarne, ale wersja hybrydowa jest możliwa.