

Kanały social media – wstęp

- forma komunikacji
- różnice, możliwości ze szczególnym uwzględnieniem Facebooka

Czy Facebook nadal sprzedaje?

- szanse i zagrożenia,
- perspektywy na kolejne lata

Mity i fakty o Facebooku

- magiczna godzina publikacji
- hasztagi
- kasowanie postów
- promowanie

Co powinien zawierać kompletny profil na Facebooku?

- liczy się nie tylko wygląd, ale i... wnętrze. Dlaczego?

Strategiczne podejście do komunikacji

- elementy strategii
- audyt działań,
- przegląd konkurencji,
- priorytetyzacja kanałów,
- wyróżniki,
- grupa docelowa,
- co i jak komunikować,
- budżet a potrzeby,
- KPI

ĆWICZENIE: Wskazanie 3 wyróżników marki uczestników + omówienie

Angażujący content: jak budować?

- rodzaje angażujących postów (tak, można inaczej, nie tylko LOL contentem i RTM-ami)

Jaki content pozwala zdobywać leady?

Udział w grupach tematycznych na Facebooku czy stworzenie własnej grupy?

- Wskazówki dla chcących zbudować zaangażowaną społeczność wokół marki

Moderacja komentarzy

- dlaczego nie wolno pozostawiać odbiorców samym sobie?
- zasady i instrukcja skutecznej moderacji

ĆWICZENIE: wracamy do komentarza z początku szkolenia i piszemy drugą, w oparciu o zdobytą wiedzę

Podstawy Facebook Ads

- struktura konta reklamowego
- kampanie wizerunkowe
- kampanie sprzedażowe
- retargeting i remarketing
- 2 metody gromadzenia leadów