



facebook dla firm

I. INFORMACJE ORGANIZACYJNE.

Adresatami warsztatów są szefowie firm oraz osoby odpowiedzialne za promocję firmy.

Szkolenie ma charakter praktycznych warsztatów. Prowadzący po krótkim wyjaśnieniu zagadnienie demonstruje konkretne zastosowanie na testowym profilu osobistym lub testowej stronie firmowej.

W miejscu, gdzie odbywa się szkolenie jest dostępny **Internet WiFi**, dzięki któremu uczestnicy mogą korzystać ze swoich laptopów.

Po warsztatach uczestnik będzie miał ugruntowaną wiedzę o Facebooku oraz będzie umiał:

- założyć profil osobisty,
- chronić swoją prywatność,
- **założyć stronę firmową (fan page'a),**
- **mierzyć efektywność działań na Facebooku,**
- zdobywać informacje o kontrahentach,
- utworzyć grupę dyskusyjną,
- prowadzić fan page'a na Facebooku,
- korzystać z modułu reklamowego na Facebooku,
- zintegrować fan page ze stroną internetową,
- prowadzić akcje reklamowe na Facebooku,
- zastosować mechanizmy porządkowania informacji na Facebooku.

Rejestracja odbywa się przez formularz na stronie <http://www.internet.michalin.pl>

Po wcześniejszym uzgodnieniu możemy zorganizować warsztaty o charakterze zamkniętym dla pracowników Klienta w jego siedzibie w dowolnym terminie.

II. AGENDA.

Powitanie, przedstawienie planu szkolenia i prowadzącego, kawa i herbata

Moduł 1. Wstęp.

- Krótka historia popularności Facebooka.
- Specyfika mediów społecznościowych.
- Wyjaśnienie podstawowych pojęć.
- Facebook w liczbach.
- Kto jest użytkownikiem Facebooka?
- Do czego służy Facebook – podstawowe zachowania użytkowników.
- Czy Facebook jest darmowy? Za co się płaci?
- Regulacje prawne na Facebooku

Moduł 2. Profil osobisty na Facebooku.

- Zarządzanie tożsamością na Facebooku.
- Grupowanie znajomych.
- Tworzenie list zainteresowań.
- Co Facebook wie o nas?
- Jak chronić swoją prywatność?
- Co może być w sieci publiczne, a co powinno zostać prywatne?
- Co pokazywać znajomym, a co osobom postronnym?
- Jak bronić się przed tagowaniem zdjęć?
- Publikacja różnych wpisów: statusów, linków, zdjęć, filmów, wydarzeń specjalnych.
- Jak umieszczać wpisy widoczne tylko dla niektórych użytkowników?
- Facebook jako narzędzie mailingu.
- Jak oddzielić życie prywatne od zawodowego?
- Najczęściej spotykane błędy.

Przerwa kawowa

Moduł 3. Strona firmowa.

- Zakładanie i optymalizacja strony na Facebooku.
- Kategorie strony firmowej.
- Ustawienia strony firmowej.
- Jak zbudowana jest strona firmowa.
- Opcje strony firmowej.
- Które elementy można modyfikować.
- Zarządzanie uprawnieniami administratorów.
- Metody pozyskiwania fanów.
- Analiza zachowań grupy docelowej.
- Tworzenie własnych zakładek i dodawanie modułów (aplikacji).
- Ograniczenia strony firmowej.
- Jak skutecznie komunikować się z fanami?
- Publikacja różnych wpisów: statusów, linków, zdjęć, filmów, notatek, wydarzeń specjalnych.
- Harmonogramowanie wpisów.
- Jak wybrać dobrą nazwę strony na Facebooku.
- Jak wybrać grafikę na stronę?
- Tworzenie tzw. krótkiego adresu strony firmowej.
- Najczęściej spotykane błędy.

Moduł 4. Grupa na Facebooku

- Czym różni się grupa od strony firmowej?
- Do czego można wykorzystać grupę?
- Najczęściej spotykane błędy.

Obiad

Moduł 5. Promocja - narzędzia bezpłatne.

- Wtyczki społecznościowe.
- Organizacja „wydarzeń”.
- Promowanie strony wśród znajomych.
- Integracja strony firmowej z serwisem internetowym.
- Najczęściej spotykane błędy.

Moduł 6. Promocja - narzędzia płatne.

- Podstawy systemu reklamowego Facebook Ads.
- Targetowanie reklam.
- Kategorie reklamowanych wpisów.
- Narzędzia społecznościowe w reklamach.
- Rodzaje rozliczeń - CPC, CPM.
- Zarządzanie budżetem kampanii.
- Porównanie z programem reklamowym Google AdWords.
- Najczęściej spotykane błędy.

Przerwa kawowa

Moduł 7. Strategia.

- Moja grupa docelowa.
- Kupowanie fanów i systemy wymiany fanów.
- Czy prosić znajomych o polubienie strony?
- Jak budować zasięg.
- Jak angażować fanów - jak zachęcać użytkowników do interakcji?
- Koszty działań w mediach społecznościowych.
- Najczęściej spotykane błędy.

Moduł 8. Mierzenie efektywności

- Edge Rank – nowy wskaźnik jakości wpisów na Facebooku
- Facebook Insights – statystyki Facebooka (zasięgowe, zaangażowania i komunikacji)
- Google Analytics – statystyki Google
- Inne sposoby mierzenia efektywności
- Najczęściej spotykane błędy

Moduł 9. Pytania i odpowiedzi, dyskusja.

- Czy moda na Facebook się kończy? Czy zastąpi go Google+ ?
- Gdzie szukać pomocy?