



AGENDA SZKOLENIA realizowanego w ramach projektu

NERW PW. Nauka-Edukacja—Rozwój- Współpraca, zad.48- Kompetentny Lider

Dział ds. Szkoleń
Politechnika Warszawska

Podstawy content marketingu na uczelni.
Budowanie długotrwałych relacji z odbiorcą.

Kiedy: Termin I - 30 czerwca - 1 lipca 2022 Termin II - 14 -15 lipca 2022

Gdzie: ul. Rektorska 4, sala 4.01



Zadanie 48 pn. „Kompetentny Lider” realizowane w ramach projektu „NERW PW. Nauka – Edukacja – Rozwój – Współpraca” współfinansowanego jest ze środków Unii Europejskiej w ramach Europejskiego Funduszu Społecznego

Trener	Magdalena Białecka
Firma	TRAINING TREE
DZIEŃ 1 SZKOLENIA, 31.06 i 14.07	
GODZINY	PLAN ZAJĘĆ
9:00-10:30	<p>Persona – najważniejszy jest Odbiorca</p> <ul style="list-style-type: none"> Odbiorca – persona Klienta, kim jest, jakie ma potrzeby, marzenia, cele, niechęci Wartości firmy – jak chce być postrzegana, co mają odbierać Czytelnicy, jakie emocje i skojarzenia ma wywoływać Cel komunikacji – co ma wywołać
10:30-10:45	Przerwa kawowa
10:45-12:15	<p>Customer experience i webwriting – jak to się łączy</p> <ul style="list-style-type: none"> Customer Experience (co chcą i czego nie chcą, co ich drażni, przed czym uciekają, co zniechęca do kontaktu w internecie) Webwriting (co to jest, co jest ważne, o czym pamiętać)
12:15-12:45	Przerwa obiadowa



12:45-14:15	Content marketing – jak to praktykować <ul style="list-style-type: none">• Content Marketing (co to jest, na czym polega, jak to wszystko się na niego składa, gdzie i jak się go uprawia)
14:15-14:30	Przerwa kawowa
14:30-16:00	Podsumowanie i próbne pisanie Plan roboczy: <ul style="list-style-type: none">• czym należy pamiętać przy tworzeniu treści• jak się do tego przygotować• jakie miejsca wybrać• jaką stworzyć strategię
DZIEŃ 2 SZKOLENIA, 1.07 i 15.07	
GODZINY	PLAN ZAJĘĆ
9:00-10:30	Teksty – jak pisać online Omówienie: <ul style="list-style-type: none">• struktury tekstów (model AIDA)• sposobu komunikacji w sieci (bezpośredni, na temat, w drugiej osobie)• języka korzyści (język Odbiorcy)• chwytów pisarskich (metafory, historie, inne formy)
10:30-10:45	Przerwa kawowa
10:45-12:15	Narzędzia – potrzebne na start Omówienie narzędzi przydatnych w content marketingu (systemy mailingowe): <ul style="list-style-type: none">• systemy do planowania i publikacji postów, programy graficzne, programy do pozycjonowania• programy do streamingu, do przechowywania danych i do dzielenia materiałów z innymi
12:15-12:45	Przerwa obiadowa
12:45-14:15	Pozycjonowanie i algorytmy – podstawy Podstawy pozycjonowania (potrzebne przy prowadzeniu bloga i strony): <ul style="list-style-type: none">• słowa kluczowe, tytuł, meta opis, struktura, lekkie zdjęcia, linki zewnętrzne i wewnętrzne• algorytmy i pułapki w social mediach
14:15-14:30	Przerwa kawowa



14:30-16:00	Powtórzenie i przetworzenie informacji z dnia 1 i 2. <ul style="list-style-type: none">• Powtórzenie najważniejszych informacji• Sesja pytań i odpowiedzi
-------------	---

POLECANA LITERATURA:

- Dla początkujących: Artur Jabłoński, **Jak pisać, żeby ludzie chcieli czytać (i kupować)**
- Dla wnikliwych i zainteresowanych: Joanna Wrycza-Bekier, **Magia słów. Jak pisać teksty, które porwą tłumy**
- Dla praktyków: Paweł Tkaczyk, **Zakamarki marki. Rzeczy, o których mogłeś nie wiedzieć, zapomnieć lub pominąć podczas budowania swojej marki**
- Dla zawodowców: Darek Puzyrkiewicz, **Biblia copywritingu**
- *Dla anglojęzycznych:* David Miller, **Content Marketing**

METODOLOGIA ZAJĘĆ:

- Szkolenie ma charakter mocno warsztatowy – po każdej części teoretycznej następuje ćwiczenie praktyczne
- Ćwiczenia w małych grupach i indywidualnie
- Burza mózgów nad pomysłami
- Wzajemny feedback co do napisanych tekstów
- Doświadczenie błędów (bez krytyki)
- Poprawianie błędów i asymilowanie wiedzy w ten sposób
- Pozytywne wzmocnienia
- Konstruktywna krytyka metodą „kanapki”
- Elementy wspólnej pracy nad problemem typu „Mastermind”
- Samodzielna ocena swojego rozwoju

Wyjaśnienie i przećwiczenie co następuje:

- Koncepcja 4C (customer expectations, cost, convenience, communication)
- Persona Klienta
- Customers experience
- Webwriting
- Content marketing
- Model AIDA
- Język korzyści
- Podstawy pozycjonowania