

SKUTECZNA PROMOCJA I KOMUNIKACJA INSTYTUCJI KULTURY W MEDIACH SPOŁECZNOŚCIOWYCH – STRATEGIE, NARZĘDZIA, DOBRE PRAKTYKI

WAŻNE INFORMACJE:

- Media społecznościowe stały się kluczowym narzędziem promocji i komunikacji dla instytucji kultury. Umiejętne zarządzanie treściami i strategią w social mediach pozwala na budowanie zaangażowanej społeczności, zwiększanie widoczności wydarzeń oraz skuteczne reagowanie na wyzwania cyfrowej komunikacji.
- Podczas szkolenia uczestnicy poznają najnowsze trendy w promocji instytucji kultury na platformach takich jak Facebook, Instagram, TikTok czy LinkedIn. Omówimy skuteczne strategie komunikacji dostosowane do różnych grup odbiorców oraz metody angażowania użytkowników poprzez storytelling, formaty wideo i interaktywne treści. Przeanalizujemy algorytmy mediów społecznościowych i sposoby optymalizacji postów, aby zwiększyć ich organiczny zasięg.

CELE I KORZYŚCI:

- Nauczysz się dostosowywać strategię komunikacji do różnych platform społecznościowych (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn).
- Dowiesz się, jakie formaty treści najlepiej angażują odbiorców i jak wykorzystać storytelling do promocji wydarzeń kulturalnych.
- Poznasz aktualne trendy w social mediach, w tym rolę mikroinfluencerów, dominację formatu wideo oraz wykorzystanie AI w tworzeniu treści.
- Dowiesz się, jak angażować publiczność w promocję wydarzeń poprzez strategię teaser marketingu i treści generowane przez użytkowników.
- Otrzymasz praktyczne wskazówki dotyczące komunikacji kryzysowej i moderowania komentarzy, aby skutecznie zarządzać reputacją instytucji kultury w sieci.
- Poznasz najlepsze praktyki z sektora kultury na rzeczywistych przykładach skutecznych kampanii i strategii.

PROGRAM:

1. Promocja instytucji kultury w social media.

- Dopasowanie strategii komunikacji do różnych platform (Facebook, Instagram, TikTok, LinkedIn):
 - Jakie treści działają najlepiej na każdej platformie?
 - Jak prowadzić zróżnicowaną, ale spójną komunikację?
 - Jakie są kluczowe różnice w algorytmach i grupach docelowych?
- Trendy w social mediach – co działa w 2025 roku?:
 - Mikroinfluencerzy i ich rola w promocji instytucji kultury.
 - Dominacja formatu wideo – reelsy, TikTok, YouTube Shorts.
 - Personalizacja treści i interaktywność – jak angażować odbiorców?
- Algorytmy i ich wpływ na widoczność postów – jak działać skutecznie?:
 - Jak zoptymalizować treści, aby zwiększyć organiczny zasięg?
 - Jak działa engagement baiting i jak unikać błędów ograniczających widoczność?
- Przykłady dobrych praktyk z sektora kultury:

- Analiza skutecznych kampanii i strategii instytucji kulturalnych.

2. Tworzenie angażujących treści dla instytucji kultury.

- Jak pisać posty, które angażują i docierają do właściwej grupy odbiorców?:
 - Jakie elementy wpływają na skuteczność postów?
 - Struktura idealnego posta – nagłówki, call-to-action, długość treści.
- Storytelling w promocji – jak pisać, by angażować?:
 - Jak opowiadać historie, które budują emocjonalną więź z odbiorcami?
 - Jak łączyć storytelling z promocją wydarzeń?
- Wykorzystanie materiałów wizualnych: grafiki, wideo, reelsy, live’y:
 - Jakie formaty przyciągają uwagę i zwiększają interakcje?
 - Jak przygotować prostą, ale atrakcyjną identyfikację wizualną?
- Wykorzystanie AI w tworzeniu treści (np. generatory grafik, copywriting AI):
 - Jak AI może pomóc w planowaniu i tworzeniu postów?
 - Sztuczna inteligencja a autentyczność – gdzie postawić granicę?

3. Promocja wydarzeń kulturalnych – jak skutecznie dotrzeć do odbiorców?

- Jak stosować teaser marketing i stopniowe ujawnianie szczegółów wydarzenia?:
 - Jak budować napięcie i oczekiwanie wokół wydarzenia?
 - Jak wykorzystać strategię „countdown” do zwiększenia zainteresowania?
- Jak angażować ambasadorów, gości specjalnych i influencerów w promocję?:
 - Jak dobierać influencerów zgodnie z profilem instytucji?
 - Jak budować długofalowe relacje z ambasadorami marki?
- User-generated content w promocji wydarzeń:
 - Jak zachęcać publiczność do dzielenia się swoimi zdjęciami, opiniami i relacjami?
 - Jak wykorzystać recenzje i relacje uczestników do dalszej promocji?

4. Kryzysy w social media i komunikacja kryzysowa dla instytucji kultury:

- Jak reagować na negatywne komentarze i krytykę w sieci?
 - Jak rozróżnić hejt od konstruktywnej krytyki?
 - Jak moderować komentarze i unikać eskalacji?
- Jak komunikować się w trudnych sytuacjach?:
 - Jak przygotować plan komunikacji kryzysowej?
 - Jakie są najczęstsze błędy w reagowaniu na kryzysy?
- Jak odpowiadać na kontrowersje wokół wydarzeń kulturalnych?:
 - Jak zarządzać wizerunkiem instytucji w sytuacjach trudnych?
 - Jak budować pozytywny wizerunek i autentyczność?
- Case studies – analiza przykładów z instytucji kulturalnych:
 - Przegląd rzeczywistych przypadków i skutecznych reakcji.
 - Co można było zrobić lepiej?

ADRESACI:

Adresatami szkolenia są pracownicy instytucji kultury, odpowiedzialni za promocję, za prowadzenie profili w mediach społecznościowych.

PROWADZĄCY:

Pracownik sektora publicznego, który od 15 lat jest związany z branżą public relations i zintegrowanej komunikacji marketingowej. Na różnych stanowiskach związanych z komunikacją i marketingiem realizował projekty m.in. dla sektora finansów publicznych. Odpowiadał również za kampanie CSR i PR regionów. Przez wiele lat był rzecznikiem prasowym. Zajmował się również komunikacją w największym polskim portalu społecznościowym nk.pl. Jest absolwentem politologii, filozofii, a także podyplomowych studiów z public relations.

Skuteczna promocja i komunikacja instytucji kultury w mediach społecznościowych – strategie, narzędzia, dobre praktyki



Szkolenie będziemy realizowali **w formie webinarium on line.**



25 kwietnia 2025 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:30



Cena: 449 PLN netto/os. Przy zgłoszeniach do 11 kwietnia 2025 r. cena wynosi: 409 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line z możliwością zadawania pytań, materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej, certyfikat ukończenia szkolenia.

DANE DO KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej im. Jerzego Regulskiego
Ośrodek Regionalny w Zielonej Górze
al. Niepodległości 16/9, 65 – 048 Zielona Góra
tel. 68 453 22 09, e-mail: szkolenia.zg@frdl.org.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. Imię i nazwisko uczestnika, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK

NIE

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Proszę o przesłanie certyfikatu na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.zg.frdl.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przesłać poprzez formularz zgłoszenia na www.zg.frdl.pl do 21 kwietnia 2025 r.

UWAGA! Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____

