

Marketing w organizacjach pozarządowych nigdy nie był łatwą sprawą, małe organizacje zazwyczaj nie dysponują środkami na rozreklamowanie swojej działalności. Dlatego pojawia się pytanie: jak mogą one pokazać, że działalność, którą prowadzą jest potrzebna i powinno się ją wspierać? Postaramy się na to odpowiedzieć podczas szkolenia:

Marketing, promocja, PR w social mediach i Internecie

Miejsce szkolenia	W zależności od formy szkolenia: – miejsce zamieszkania/pracy (platforma ZOOM – wymagany komputer z dostępem do Internetu oraz kamerką internetową) - Centrum Organizacji Pozarządowych w Koninie, 3 Maja 1 i 3
Termin i czas szkolenia	7 i 8 września 2020 r. 9:00 - 15:00
Adresaci szkolenia	Szkolenie skierowany jest do członków, pracowników i wolontariuszy organizacji pozarządowych
Prowadzący	Marta Cielińska –Idziak (absolwentka m.in. Zachodniej Wyższej Szkoły Handlu i Finansów Międzynarodowych, Uniwersytetu Zielonogórskiego i Szczecińskiego na kierunkach ekonomia, zarządzanie, teologia i socjoterapia. Trenerka, socjoterapeutka, coach. Od 2013 r. przygotowuje i przeprowadza szkolenia tematyczne dla ngo, jst, nauczycieli, uczniów/studentów m.in. z zakresu zarządzania, marketingu, kształtowania wizerunku i współpracy z otoczeniem)
Zgłoszenia	Zgłoszenie uczestnictwa należy przesłać do dnia 1 września 2020 r. na formularzu zgłoszeniowym na adres mailowy: anna.majchrzak@konin.um.gov.pl Uwaga: Zgłaszając się należy określić wybraną formę szkolenia tj. szkolenie: on line lub szkolenie stacjonarne. W zależności od ilości zgłoszeń organizator wybierze formę spotkania. Osoby, zakwalifikowane na szkolenie otrzymają potwierdzenie drogą mailową oraz jeżeli wydarzenie będzie prowadzone zdalnie w osobnym mailu dostęp do platformy internetowej ZOOM

Marketing czyli co?

Social media czyli co?

- Rodzaje SM i ich przeznaczenie
- Cele SM
- SM a media tradycyjne/przemysłowe
- Korzyści i koszty z istnienia w SM

Czego ja szukam w SM na co zwracam uwagę?

My w SM

- Jakie treści zamieszczamy w naszych SM?
- Po co to robimy?
- Do kogo kierujemy treści zamieszczane w SM? - profil odbiorcy naszych usług/działań
- Kto i jak się u nas tym zajmuje? - plan działań, spójny wizerunek we wszystkich rodzajach SM, transfery postów pomiędzy różnymi SM (blog, fb, ig), osoba do kontaktu
- Reagowanie na trudne sytuacje
- Prywatny wizerunek członków a wizerunek organizacji w SM

Marketing, promocja, PR – czyli co?

- Co chcemy osiągnąć poprzez nasze działania w SM?
- Jaki wizerunek chcemy budować/kreować w SM?
- Jaką mamy ofertę dla odbiorców treści w naszych SM?

Przegląd stron www i strona na fb

Reklama, płatne posty, polecanie, linki, barter, sklep itp. – cele, podobieństwa i różnice

Oferta FB

- Posty, relacje 24, transmisja video na żywo, zdjęcie/film
- Grupy (otwarte, zamknięte)
- Komunikator – Messenger
- Strony
- Zbiórki pieniędzy
- Przekaz datek
- Wydarzenia
- Płatna promocja postów
- Planowanie postów

Przygotowywanie grafiki do postów

Wskazówki do analizy swoich SM