

Szkolenie

Zarządzanie kryzysem w social media

Termin

22-23.10.2018
10.00-17.00 (w tym przerwy kawowe + lunch)

Miejsce

Sala konferencyjna AHK Polska
ul. Miodowa 14, Warszawa

Opis szkolenia

Celem szkolenia jest przygotowanie osób pracujących z odbiorcami markowych profili społecznościowych, ale także osobami decyzyjnymi, które zarządzają ich pracą, na różne sytuacje związane z negatywnymi zjawiskami w sieci: hejtu, kryzysów, negatywnych opinii, nieudanej współpracy z influencerami czy nieodpowiedniej aktywności pracowników w sieci.

Grupa docelowa

- community managerowie i osoby obsługujące profile marek
- marketing managerowie
- specjaliści na stanowiskach digital
- prawnicy
- kadra kierownicza podejmująca decyzje w kwestiach działań online

Program

Moduł 1: Warsztat radzenia sobie z hejtem i negatywnymi opiniami

- Przygotowanie przed hejtem: pozycjonowanie, ochrona marki (kwestia znaku towarowego, pozycjonowanie, content marketing, monitoring), ambasadory (osoby zaangażowane w markę, np. pracownicy, osoby lubiące)
- Jak rozpoznać hejt, a jak wartościową krytykę?
- Kasować czy odpowiadać? – skuteczne metody radzenia sobie z negatywnymi opiniami
- Na czym polega metoda LATTE i zasada 3A?
- Jak ocenić profil, który publikuje hejterskie treści – czy to osoba zagrażająca marce, troll, osoba opłacona?
- Praktyczne ćwiczenia z radzenia sobie z hejtem i negatywnymi opiniami

Moduł 2: Warsztat kryzysowy – co, jeśli hejt urośnie do czegoś większego?

- Przygotowanie przed kryzysem: mapowanie kryzysów
- Monitorowanie internetu i narzędzia potrzebne w pracy w internecie na społecznościach
- Zasada 8P
- Plan antykryzysowy
- Kanalizowanie negatywnych emocji w sieci
- Praktyczne ćwiczenia z sytuacji kryzysowych

Moduł 3: Warsztat wizerunkowy – personal branding i public relations w internecie

Każdy pracownik firmy to potencjalny ambasador marki, ale, niestety, może także popełniać błędy. Warsztat ma na celu zwiększanie zaangażowania i zachęcania do angażowania się w działania marki w sieci, a także ostrzeżenie przed typowymi błędami.

- Budowanie wizerunku firmy w sieci
- Social Media Policy
- Relacje z dziennikarzami i influencerami
- Reagowanie na negatywne publikacje
- Prawo a internet
- Praktyczne ćwiczenia

Moduł 4: Pytania, odpowiedzi i ćwiczenia

- Mapowanie kryzysów
- Reagowanie na kryzysy
- Reagowanie na hejt
- Pytania i odpowiedzi

Trenerka



Monika Czaplicka – w branży online i social media od 2006 roku. Z wykształcenia socjolożka, pracuje w swojej agencji Wobuzz. Prowadzi fanpage „Kryzysy wybuchają w social media w weekendy” oraz bloga czaplicka.eu. Specjalizuje się w kryzysach, hejcie i dbaniu o reputację, a także social sellingu.

Jej debiutancka książka „Zarządzanie kryzysem w social media” nakładem wydawnictwa Helion doczekała się dodruku po kilku miesiącach od pierwszego wydania i tytułu bestsellera. Jedna z autorek II tomu „Biblii E-biznesu” (nagrodzonej książkowym Oskarem), autorka ebooków (o obsłudze klienta czy „215 pomysłów na posty...”). Często występuje jako prelegentka na wielu wydarzeniach i konferencjach branżowych (gdzie bywa również nagradzana jako najlepsza mówczyni). Mentorka startupów.

W portfolio ma takie marki jak PZU, Empik, Avon, Medcover, dr. Oetker, Łazienki Królewskie, BGŻ BNP Paribas, Provident, Capgemini czy KRPM.