



Influencer marketing - Komunikowanie wizerunku marki przy pomocy liderów opinii - szkolenie

Numer usługi 2025/03/25/9718/2648340

2 214,00 PLN brutto

1 800,00 PLN netto

221,40 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 10 h

📅 02.06.2025 do 03.06.2025

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	<p>Szkolenie adresujemy do:</p> <ul style="list-style-type: none"> marketerów, którzy nie mają doświadczenia we współpracy z influencerami pracowników agencji reklamowych odpowiedzialnych za komunikację marek, którzy planują rozpocząć współpracę z influencerami kadry zarządzającej, która planuje strategię komunikacji z wykorzystaniem współpracy z influencerami właścicieli MSP, którzy chcą poznać zagadnienia współpracy z influencerami <p><i>Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:</i></p> <ul style="list-style-type: none"> • Kierunek Kariera Zawodowa, • Kierunek – Rozwój. • Małopolski pociąg do kariery
Minimalna liczba uczestników	4
Maksymalna liczba uczestników	15
Data zakończenia rekrutacji	30-05-2025
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi	10
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego nawiązywania współpracy z influencerami do prowadzenia komunikacji marki, przy równoczesnym przestrzeganiu wytycznych i regulacji prawnych, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
	<p>opracowuje brief kampanii marketingowej bazującej na influencerach i tworzy interesującą i angażującą dla odbiorcy treść.</p> <p>kształtuje zasady współpracy z influencerami zapewniające autentyczność (znajomość produktu), powtarzalność (identyfikacja z konkretną marką), otwartość i elastyczność (wykorzystywanie nowych form i pomysłów), przyzwyczajenie (rytm prezentowania treści przez konkretnego influencera).</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>posługuje się wiedzą i umiejętnościami z zakresu prowadzenia działań marketingowych z wykorzystaniem influencerów</p>	<p>Określa kryteria doboru influencera zgodnie z celami kampanii w zakresie zasięgu, relacji z marką, wartości dla odbiorców, tematyki, preferowanego formatu treści, platformy komunikacji i motywacji.</p> <p>Rekomenduje influencerów i formalizując z nimi współpracę przestrzega wytycznych i regulacji prawnych, w szczególności w zakresie promocji niektórych produktów oraz ochrony praw konsumentów, a także norm etycznych związanych z publikowaniem treści o charakterze sprzecznym z ogólnie przyjętymi normami społecznymi, w tym promujących zachowania mogące zagrażać zdrowiu lub życiu.</p> <p>Definiuje wskaźniki efektywności kampanii, monitoruje i raportuje ich realizację, a także wskazuje możliwości ich optymalizacji.</p>	<p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p> <p>Test teoretyczny</p>
<p>Kompetencje społeczne: rozwija umiejętności komunikacyjne w kontekście pracy z influencerem</p>	<p>Monitoruje sposób pracy influencera oraz publikowane treści, w szczególności w zakresie przestrzegania norm prawnych i etycznych.</p>	<p>Wywiad swobodny</p>

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Zaświadczenie potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

MODUŁ 1 - Wprowadzenie - 30 min. (teoria)

1. Konsumpcja mediów w Polsce - najważniejsze zmiany, trendy i wynikające z nich implikacje
2. Fenomen influencerów – co wiemy o influencerach i ich fanach z danych i badań, udział influencerów w kulturze i życiu publicznym, ekonomia twórców

MODUŁ 2 - Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmienne, najczęstsze błędy) - 1 godz. 55 min. (praktyka)

1. definicja i "składowe" influencera - co odróżnia influencerów od innych "narzędzi" marketingowych
 2. dobór wizerunku influencera do celu, marki i grupy docelowej, typologia wizerunków twórców
 3. zasięg w influencer marketingu - największe mity i najczęstsze błędy związane z pomiarem popularności influencerów, kluczowe zmienne, różnice pomiędzy platformami, fan base vs zasięg, dobór
 4. content - rodzaje i formaty treści tworzonych przez influencerów, dobór do celu
- działania cross-platformowe: YouTube, Instagram, TikTok i Twitch
 - różnice pomiędzy platformami, różne funkcjonalności i świadczenia
 - różnice pomiędzy kategoriami i tematami wśród twórców, różne cele
 - różnice pomiędzy formatami treści a efektywność kampanii

MODUŁ 3 - najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty - 1 godz. (teoria)

- research – gdzie i jak szukać influencerów
- weryfikacja - jak weryfikować dane i statystyki
- brief influencerski - najważniejsze kwestie i specyficzne elementy
- umowa z influencerem - kluczowe elementy unikalne dla tego typu umów
- polityki dos&dont's - podstawy długoterminowych współprac i dużych realizacji
- influencer marketing a prawo (samoregulacja branży, wytyczne UOKiK, regulacje KRRiT, Kodeks KER)
- zbiór KPI: co i w jaki sposób mierzyć
- proces współpracy z influencerem krok po kroku

MODUŁ 4 - Warsztat Ewolucja influencer marketingu - 3 godz. 5 min. (praktyka)

- metaverse marketing, influencer mix, kanał i subformat, zasięg organiczny + płatny,
- ewolucja influencer marketingu (od lokowań, przez co-branding, po wspólne biznesy)
- nadchodzące trendy w influencer marketingu (ekonomia twórców, vTubers, live commerce i więcej)

MODUŁ 5 – Podsumowanie 50 min. (teoria)

- najczęstsze błędy
- checklista
- Q&A

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie influencer marketingu wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 100%.

Harmonogram nie uwzględnia przerw w usłudze, ale tenner odpowiednio wydłuża zajęcia jeśli stosuje przerwy.

Godzina szkoleniowa = 45 min.

Szkolenie adresujemy do:

- marketerów, którzy nie mają doświadczenia we współpracy z influencerami
- pracowników agencji reklamowych odpowiedzialnych za komunikację marek, którzy planują rozpocząć współpracę z influencerami
- kadry zarządzającej, która planuje strategię komunikacji z wykorzystaniem współpracy z influencerami
- właścicieli MSP, którzy chcą poznać zagadnienia współpracy z influencerami

W trakcie usługi tenner będzie prowadził szkolenie z wykorzystaniem:

- teoria oparta o dane, metaanalizy i najlepsze praktyki
- adaptacja teorii do realnych кейsów rynkowych
- analizy studiów przypadków
- ćwiczenia praktyczne (odpowiedź na brief)
- dyskusja

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 7

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 7 Wprowadzenie rozmowa na żywo	Kamil Bolek	02-06-2025	09:30	10:00	00:30
2 z 7 Warsztat Dobór influencerów do współpracy (cele, najważniejsze zmiennie, najczęstsze błędy) ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	02-06-2025	10:00	11:55	01:55

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
3 z 7 Najważniejsze narzędzia, prawo i dokumenty rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	02-06-2025	11:55	12:55	01:00
4 z 7 Warsztat Ewolucja influencer marketingu ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	02-06-2025	12:55	13:00	00:05
5 z 7 Warsztat Ewolucja influencer marketingu ćwiczenia, rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	03-06-2025	09:30	12:30	03:00
6 z 7 Podsumowanie rozmowa na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Kamil Bolek	03-06-2025	12:30	13:20	00:50
7 z 7 Walidacja	-	03-06-2025	13:20	13:30	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	221,40 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Kamil Bolek

CMO i członek zarządu grupy LTTM (LifeTube, TalentMedia, Gameset) największej w regionie CEE agencji influencer marketingu i sieci partnerskiej dla twórców internetowych. Ekspert w zakresie wykorzystania YouTube i influencerów w komunikacji marki. Arbiter Komisji Etyki Reklamy, juror konkursów branżowych. Z wykształcenia psycholog i PR-owiec przekładający swoją wiedzę na działania w marketingu od 2012 roku. Zafascynowany zmianami w konsumpcji mediów, naukami o komunikowaniu i podejmowaniu decyzji. Wielokrotnie nagradzany prelegent konferencji branżowych, autor artykułów eksperckich, szkoleniowiec i wykładowca wielu uczelni na studiach podyplomowych (w tym studiów MBA). Co roku występuje na kilkudziesięciu konferencjach, przeprowadza szkolenia i warsztaty w agencjach, domach mediowych i działach marketingu największych marek w Polsce. Wykształcenie wyższe. Ponad 300 godz. prowadzenia szkoleń z tematyki szkolenia. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Informacje dodatkowe

Usługa szkoleniowa (nie dotyczy doradztwa) jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%.

Warunki techniczne

- Szkolenie będzie dostępne na platformie TEAMS. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.
- Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent

AMD), pamięć RAM - 4 Gb

- Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.
- System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.
- Podczas zajęć konieczne jest zastosowanie kamery i mikrofonu.
- Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.
- Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail szkolenia@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599