

PROMOCJA MIEJSCA ORAZ KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU URZĘDU Z WYKORZYSTANIEM TRADYCYJNYCH KANAŁÓW ORAZ NARZĘDZI ON-LINE

WAŻNE INFORMACJE O SZKOLENIU:

Proponujemy Państwu udział w zajęciach podczas których wskażemy sposoby wykorzystania tradycyjnych i nowoczesnych kanałów komunikacji w działalności promocyjnej urzędu, a także metody skutecznego łączenia aktywności promocyjnej w obu tych kanałach. Podczas szkolenia w praktyczny sposób omówimy mechanizmy promowania marki terytorialnej, kształtowania wizerunku urzędu (miasta, gminy itp.) i komunikacji z mieszkańcami.

CELE I KORZYŚCI:

- Zdobyć praktycznej wiedzy na temat organizacji i realizacji projektów związanych z promocją marki terytorialnej i budowaniem wizerunku urzędów (miasta, gminy) oraz instytucji publicznych.
- Poznanie narzędzi diagnozowania aktualnego wizerunku oraz metody wspomagające pracę nad promocją urzędu i instytucji oraz komunikacją z mieszkańcami,
- Omówienie przykładów projektów promocyjnych on-line i off-line, prowadzonych przez marki terytorialne oraz wskazanie, w jaki sposób badać i analizować efekty takich działań.

PROGRAM:

- 1. Diagnoza aktualnego wizerunku urzędu. Metody i narzędzia badawcze: tradycyjne i on-line.**
 - Audyt wizerunku urzędu i badanie opinii mieszkańców.
 - Badania ilościowe i jakościowe. Metody badawcze, konstrukcja scenariusza, dobór próby. Kogo, o co i w jaki sposób zapytać?
 - Konsultacje społeczne – znane działanie, nowe narzędzie. Dialog w sieci.
 - Inne możliwości i instrumenty badania jakości pracy urzędu. Praktyczne przykłady i rekomendacje.
- 2. „Jak cię widzą, tak cię piszą”, czyli jak dbać o pozytywny wizerunek urzędu.**
 - Urzędnik on-line i off-line. Rola urzędnika w procesie kształtowania wizerunku urzędu.
 - Tajemniczy klient, czyli audytor w urzędzie.
 - Standaryzacja procesów obsługi klienta metodą na podnoszenie jakości usług świadczonych przez urząd.
- 3. Promocja wewnętrzna i zewnętrzna.**
 - Różnorodność adresatów działań promocyjnych urzędu i jej wpływ na sposób komunikacji on-line i off-line: mieszkańcy, turyści, studenci, inwestorzy, władze.

- Cudzie chwalicie, swego nie znacie. Skuteczna promocja wewnętrzna i zewnętrzna.
- Ambasador marki miejsca.

4. Promocja miejsca i kształtowanie wizerunku urzędu w przestrzeni on-line.

- Urzędowa strona www.
- Komunikacja marki terytorialnej w mediach społecznościowych. Konkursy w social mediach, zalety i pułapki.
- Influencerzy w promocji marki terytorialnej. Nowa komunikacyjna rzeczywistość
- Marka terytorialna na Twitterze.
- Marketing wirusowy w promocji marki miejsca.
- Analiza i pomiar obecności marki w przestrzeni on-line: impact, wskaźnik AVE. Przykłady badań i analiz.

5. Znane media, nowe możliwości w promocji marki terytorialnej i urzędu

- Promocja miejsca a trendy społeczne. Wrażliwość urzędu na czynniki i sygnały płynące z otoczenia.
- Wirtualne jest realne. Podwójna siła tradycyjnych narzędzi promocyjnych, przykłady.

ADRESACI:

Szkolenie adresowane jest do pracowników administracji samorządowej, instytucji publicznych, oraz organizacji pozarządowych, głównie do jednostek odpowiedzialnych za wizerunek urzędu (miasta, gminy) oraz za realizację projektów promocyjnych: wydziały promocji, komunikacji społecznej itp.

PROWADZĄCY:

Dyrektor Agencji Komunikacji Marketingowej. Autorka kilku kampanii promocyjnych z zakresu marketingu terytorialnego oraz promocji miast i regionów, realizowanych na terenie kraju oraz za granicą. Kieruje zespołem odpowiedzialnym za przygotowanie i realizację strategii komunikacyjnych oraz kampanii promocyjnych. Prowadzi zajęcia dydaktyczne z zakresu komunikacji marketingowej w ramach podyplomowych studiów przy Uniwersytecie Śląskim. Wykładowca i trener firmy Questus, akredytowanego centrum szkoleniowo-egzaminacyjnego The Chartered Institute of Marketing in London. Prowadzi e-learningowy kurs przygotowujący do egzaminów CIM. Stała współpracowniczka miesięcznika „Marketing w Praktyce” (publikacje z zakresu komunikacji marketingowej, współpracy z agencją reklamową, marketingu relacji oraz promocji miast i regionów). Absolwentka Katedry Marketingu Akademii Ekonomicznej w Katowicach. Ukończyła kurs Professional Diploma in Marketing oraz Postgraduate Professional Diploma in Marketing i uzyskała międzynarodowy dyplom The Chartered Institute of Marketing in London.

Promocja miejsca oraz kształtowanie wizerunku urzędu z wykorzystaniem tradycyjnych kanałów oraz narzędzi on-line



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



5 października 2021 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 319 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

CENA zawiera:

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line,
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
certyfikat ukończenia szkolenia, możliwość konsultacji z trenerem.

DANE DO KONTAKTU:

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej Centrum Mazowsze
ul. Żurawia 43, 00-680 Warszawa
tel. 604 078 421, fax: (42) 288 12 86
szkolenia@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 certyfikat w formie:

Papierowej

Elektronicznej e mail.....

Proszę o przesłanie faktury 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.frdl.mazowsze.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przestać poprzez formularz zgłoszenia na www.frdl.mazowsze.pl lub mailem na adres: szkolenia@frdl.org.pl do **28 września 2021 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 _____