



## Akademia PR Managera 360° - LEVEL PROFESSIONAL

### PROGRAM

#### Zarządzanie sytuacjami kryzysowymi

Jan Matysik, prezes zarządu agencji public relations Cumulus PR

- Czym tak naprawdę jest kryzys (medialny)?
- Sygnały ostrzegawcze przed wybuchem kryzysu
- Zasada 3C w kryzysie
- Manual sytuacji kryzysowych
- Wystąpienia publiczne i medialne w sytuacji kryzysowej
- Publikacje i oświadczenia (social media, www, intranet) - elementy składowe oświadczenia
- Jak sobie radzić z nieprzychylnymi komentarzami? Dialog w sytuacjach kryzysowych
- Informacja, intencja, odbiór medialny i społeczny, czyli jak uniknąć pułapek i kiedy najczęściej możesz być potencjalnie źle odebrany?
- Precyzja wypowiedzi: jak i co powiedzieć?
- Zarządzanie sytuacją kryzysową wewnątrz organizacji
- Księga Zarządzania Kryzysowego - kto/co/kiedy/dla kogo?
- Organizacja sztabu kryzysowego
- Case studies

#### Social media

Łukasz Dębski, Digital Marketing Lead, Socjomania

- Aktualny stan mediów społecznościowych w Polsce i na świecie
- Czy najpopularniejsze serwisy społecznościowe w Polsce mogą pełnić funkcje PR i marketingowe dla naszej firmy (Facebook, Instagram, LinkedIn, YouTube)?
- Algorytmy w mediach społecznościowych. Czym są, jak działają i co nam dają?
- Tworzenie i animowanie społeczności w mediach społecznościowych. Dobre praktyki firm
- User Generated Content - jak wykorzystać własnych fanów profilu społecznościowego do organicznego budowania reputacji marki?
- Employee Advocacy - jak wykorzystać własnych pracowników, ekspertów do promocji produktu, usługi i budowania reputacji marki?
- Kampanie płatne w mediach społecznościowych - sposoby targetowania reklam, metody rozliczenia, koszty
- Specyfika języka PR-owego w social mediach - jak budzić zaufanie za pomocą odpowiednich słów i zwrotów? Dobre praktyki



- Przykłady komunikatów (informowanie, promowanie, zapobieganie, zażegnanie kryzysu, promocja marki)
- Przydatne narzędzia do monitorowania działań Klientów marki w mediach społecznościowych

### **Efektywne narzędzia PR w dobie mediów wielokanałowych. Jak rozliczać PR: ROI? AVE? Tone of publications? Size of publications?**

Sebastian Bykowski, Wiceprezes Zarządu, Dyrektor Generalny PRESS-SERVICE Monitoring Mediów

### **Employer branding - jak budować markę pracodawcy wśród pokolenia X, Y, Z?**

Paulina Smaszcz-Kurzajewska, ekspert PR i komunikacji, konsultant biznesu, mentorka

- Proces budowanie marki pracodawcy - o czym należy pamiętać?
- Współpraca działu PR i HR - klucz do sukcesu
- Wykorzystanie narzędzi komunikacji wewnętrznej w employer branding

### **PR i content marketing w dobie nowych technologii**

Magdalena Wosińska, Content Marketing Specialist, Prowly

- Trendy w komunikacji online
- Formy contentowe, które warto wykorzystać w biurach prasowych/blogach firmowych
- Dobre i złe wzorce przy tworzeniu contentu w biurach prasowych/blogach firmowych

### **Język mózgu w PR-rze**

Ania Urbańska, master trener STRUCTOGRAM® Polska

Paweł Jarząbek, trener STRUCTOGRAM® Polska

- Podstawy najnowszych badań nad mózgiem
- Biostruktury mózgu a budowanie wizerunku marki
- Jak biostruktura mózgu wpływa na postrzeganie marki?
- Biokomunikacja a PR
- Motywy zakupowe i decyzyjne oraz ich rola w budowaniu marki

Po każdym szkoleniu uczestnicy mają możliwość **indywidualnych, bezpłatnych konsultacji** z prowadzącym.