

WARSZTATY

DIGITAL PR W PRAKTYCE

Przewodnik prowadzenia
działań komunikacyjnych w sieci



KOMPLEKSOWA FORMUŁA:

- prelekcje dziennikarzy i praktyków PR
- analiza case studies
- interaktywna sesja warsztatowa w oparciu o briefy
- trening medialny prowadzenia komunikacji PR

ePR TOOLBOX:

Najefektywniejsze **kanały i narzędzia online**

Digital copywriting, czyli praktyczne wskazówki tworzenia angażującej i sprofilowanej treści w sieci

Metody prowadzenia strategii wizerunkowej w social mediach:
Facebook, Instagram, Twitter

Mierniki **efektywności działań** w kanałach digital

Czy wiesz jak w pełni wykorzystać potencjał kanałów digital w Twojej strategii PR?

Czy zastanawiasz się jak zmierzyć efektywność działań PR w kanałach cyfrowych?

Czy Twoje komunikaty rzeczywiście angażują Twoich odbiorców w sieci?

Dołącz do grona uczestników warsztatów:

- pod okiem doświadczonych praktyków uporządkuj Twoje działania w sieci – stwórz najefektywniejszą strategię digital PR!
- od wybitnych dziennikarzy dowiedz się, jakich informacji o Twojej firmie poszukują w kanałach online!
- wraz z ekspertami PR, krok po kroku, wypracuj techniki prowadzenia skutecznych działań viralowych!
- dowiedz się, co o Twoich działaniach mówią liczby – poznaj wskaźniki ilościowe i jakościowe działań PR w kanałach digital!

Z uwagi na praktyczny charakter warsztatów liczba miejsc jest ograniczona, a o udziale decyduje termin przesłania zgłoszenia.

Serdecznie zapraszam do udziału!



Paulina Mocka

Paulina Mocka

Project Manager

9:00

Rejestracja uczestników. Powitalna kawa

9:30

Content PR – jak budować widoczność i kształtować wizerunek Twojej marki w sieci?**Marcin Kowalczyk – CEO, e-Kiosk, Group Head of Digital, Gremi Media**

- Bądź widoczny w sieci! Jak świadomie pozycjonować w kanałach digital?
- CSR, eCommerce, Influence – jak skutecznie zaplanować multimedialny omnichannel?
- Custom publishy – metody zarządzania relacjami przez content
- ePR mix – jak skutecznie dobrać narzędzia i partnerów w Twojej strategii PR
- Branded content – pomiar i efektywność

10:10

Digital PR – wschodząca gwiazda Twojej digitalowej strategii marketingowej**Anna Szymczyk – Marketing Communications & PR Manager, Schneider Electric**

- Digital PR vs. tradycyjny PR, czyli jak prowadzić działania PR w poszczególnych kanałach zachowując spójną strategię komunikacji?
- Be on the top! Jak prowadzić komunikację w kanałach digital uwzględniając trendy 2017?
- Na pograniczu PR i marketingu, czyli jak wdrożyć i prowadzić strategię digital PR zgodnie z celami Twojego przedsiębiorstwa?

11:00

Przerwa na kawę

11:20

Social Media PR – jaką strategię wybrać na Facebooku & Instagramie?**Katarzyna Paliwoda – Partner CEE, Facebook**

- Demokratyzacja marketingu – o co w tym wszystkim chodzi?
- Targeting / Zasięg / Polubienia – co wybrać?

12:20

Twitter PR Daily News – Twitter jako główne narzędzie budowania relacji z dziennikarzami**Michał Szutdrzyński – Zastępca Redaktora Naczelnego, „Rzeczpospolita”**

- Niewykorzystane możliwości – jak włączyć się w dwustronną interakcję na Twitterze i zacieśnić relacje z dziennikarzami
- Trudna treść, łatwy przekaz ... Myśl jak dziennikarz! Jaki błędów należy się wystrzegać tworząc content na Twitterze?
- Nie tylko obserwuj czyli jak używać Twittera, by zwiększyć zasięg Twoich odbiorców?

13:00

Lunch

14:00

Najefektywniejsze ePR mix – jak wybrać narzędzia i kanały online?**Rafał Sałak – Communications Lead, Prowly.com**

- Czy zawsze podążać za trendami? Jak dobrać odpowiednie narzędzia w zależności od strategii Twojej firmy i grupy odbiorców
- Tu i teraz! Jak dostosować formę przekazu do szybko zmieniającej się rzeczywistości online?
- Pobudź kreatywność! Metody prowadzenia działań ePR, które nie wymagają nakładów budżetowych
- Jak obrazem wpłynąć na emocje odbiorcy – video i ikonografia – jak możesz wpłynąć obrazem na relacje odbiorcy
- Kampanie płatne vs. budżet wewnętrzny – jakich technik i narzędzi używać prowadząc płatne kampanie, by zmaksymalizować zasięg i wejść w interakcję z użytkownikami?

14:50

Przewodnik prowadzenia komunikacji w kanałach digital – sesja ćwiczeniowa z dziennikarzem**Paweł Nowacki – Dziennikarz, Wykładowca, Business Development Director, Delve Partners LLC**

- Jakie treści publikować i jak je dopasować do odpowiedniego kanału, by zwiększyć zaangażowanie Twoich odbiorców
- Twoja marka + techniki dziennikarskie czyli o czym należy pamiętać tworząc content w kilku kanałach równocześnie
- Metody i narzędzia dziennikarskie, dzięki którym Twoje treści będą brzmiały wiarygodnie i atrakcyjnie
- Jak sprawić, by to media docierały do przekazywanych przez Ciebie – praktyczne wskazówki

15:40

Zakończenie pierwszego dnia warsztatów

9:00

Rejestracja uczestników. Poranna kawa

9:30

Content PR w sieci, czyli jak z niewielkim budżetem stworzyć silny przekaz**Aleksander Rzepecki – PR Manager, Mercedes-Benz Polska**

- Treść czy pieniądze? W jaki sposób dobry content może przynieść lepsze efekty wizerunkowe niż droga kampania?
- Skandal i krytyka przyjacielem marki, czyli jak sytuacje kryzysowe przekuć w sukces Twojej marki?
- Praktyczne wykorzystanie CSRu w działaniach PR

10:20

Na językach... czyli jak skutecznie prowadzić działania viralowe w digitalu?**Robert Sosnowski – Managing Director, Biuro Podróży Reklamy**

- Niepowtarzalne, angażujące, emocjonalne ... proste? Jak zbudować treść, którą chętnie będą sobie przekazywać odbiorcy?
- Kilka sekund! Jak stworzyć obraz, którym zdobędziesz zaufanie internautów?
- Metody stosowania działań viralowych, które zwiększą promocje Twojej marki

11:10

Przerwa na kawę

11:30

Bloggerzy, vlogerzy, ambasadorowie marki czyli kiedy wykorzystać w komunikacji marki popularność innych osób i kanałów**Agata Wiśniewska – Wiceprezes, ComPress**

- Wewnętrzny dział PR a zewnętrzna agencja – kto powinien prowadzić bloga firmowego?
- Metody komunikacji z innymi użytkownikami portali społecznościowych

12:20

Jak skutecznie monitorować i mierzyć reputację oraz wizerunek w sieci? Mierniki efektywności działań PR w kanałach digital**Łukasz Wilczyński – CEO, Planet PR**

- Jak efektywnie określać cele działań ePR, by móc je skutecznie rozliczać?
- Jakiego rodzaju wskaźników ilościowych i jakościowych używać do oceny Twoich działań w kanałach online?
- Metody analizowania informacji z kanałów digital do pomiaru efektywności Twoich kampanii
- Narzędzia monitorowania działań PR w kanałach cyfrowych

13:10

Lunch

14:00

INTERAKTYWNA SESJA WARSZTATOWA

Krok po kroku opracujesz strategię digital PR na podstawie przykładowych briefów
Dlaczego pracując nad strategią digital PR warto odłożyć komputer na bok?

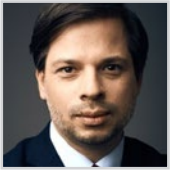
Anna Kuprian – Consultant, Head of Digital, Grayling

Kaja Piekarska – Consultant, Grayling

- Jak włączyć narzędzia i techniki Design Thinking do procesu opracowywania strategii PR?
- Jak generować pomysły? Co zrobić by nasze burze mózgów były efektywne i angażowały zespół?
- Prototypowanie w digital PR, czyli jak szybko zweryfikować założenia strategii?

16:00

Zakończenie warsztatów. Wręczenie certyfikatów potwierdzających udział



Marcin Kowalczyk – CEO, e-Kiosk, Group Head of Digital, Gremi Media

Profesjonalista z 20-letnim doświadczeniem w branży medialnej. Media, publishing i e-commerce ekspert. Swoje doświadczenie zawodowe zdobył najpierw jako dziennikarz, następnie pracował w marketingu oraz odpowiadał za digital business development i e-commerce. Przez ostatnie 5 lat realizuje strategię digitalową i P&L dla polskich medialnych marek premium, stron internetowych, aplikacji mobilnych i platform treść e-commerce. Nawiązał relacje biznesowe z ponad 400 najważniejszymi na rynku wydawnictwami i organizacjami.



Anna Kuprian – Consultanť, Head of Digital, Grayling

Ma ponad 7-letnie doświadczenie w Public Relations. Do tej pory doradzała klientom jak: SABMiller, Reckitt Benckiser, Heinz, Diageo, Pfizer, PayPal, easyJet i innym. W Grayling Poland koordynuje prace biura prasowego i kampanie kreatywne Sony Europe, sieci hoteli Hilton, Chorwackiej Wspólnoty Turystycznej i Herbalife. Do jej obowiązków należą działania PR o charakterze konsumenckim i korporacyjnymi oraz opracowywanie i egzekucja strategii digital. Jest członkiem Grayling IT & Technology Practice Group Continental Europe.



Katarzyna Paliwoda – Partner CEE, Facebook

Partner na Europę Środkową & Wschodnią gdzie pracuje z branżą FMCG na terenie 28 krajów. Poprzednio związana z Procter & Gamble w regionie Europy Centralnej gdzie na przestrzeni lat zarządzała kilkunastoma markami i kategoriami produktów firmy. Doradca zarządu dla Stowarzyszenia Wiosna (Szlachetnej Paczki), wcześniej konsultant ds. komunikacji dla Unicef w Kosowie.



Kaja Piekarska – Consultanť, Grayling

Ma 5-letnie doświadczenie w komunikacji korporacyjnej i brand PR. Na co dzień zajmuje się współtworzeniem i realizacją strategii komunikacji oraz koordynacją kampanii digital. Jej dotychczasowe doświadczenie obejmuje projekty dla Allegro, Sony oraz SES Astra. Zajmowała się także koordynacją projektów dla Polskiej Agencji Rozwoju Przedsiębiorczości wspierających usługi doradcze dla małych i średnich przedsiębiorstw. Obecnie wspiera Chorwacką Wspólnotę Turystyczną i sieć hoteli Hilton.



Aleksander Rzepecki – PR Manager i Rzecznik Prasowy, Mercedes-Benz Polska

Od 6 lat związany z firmą Mercedes-Benz Polska. Absolwent stosunków międzynarodowych w Szkole Głównej Handlowej (2010) oraz prawa na Uniwersytecie Warszawskim (2011), aktualnie student Canadian Executive MBA (CEMBA) w Szkole Głównej Handlowej. Laureat nagrody Dyrektor Marketingu Roku 2015 w kategorii „Wyjątkowa Efektywność B2B”.



Rafał Satak – Communications Lead, Prowly.com

Specjalizuje się w komunikacji firm i marek z sektora technologicznego. W Prowly odpowiada za całość komunikacji zewnętrznej. Ma za sobą doświadczenie agencyjne, m.in. trzy lata pracy w polskim biurze Hill+Knowlton Strategies, gdzie współpracował z takimi firmami, jak Facebook, NetApp, CI Games czy Spotify. Zdobywca m.in. Złotego Spinacza, SABRE Award i PROtona.



Robert Sosnowski – Managing Director, Biuro Podróży Reklamy

Właściciel i dyrektor zarządzający z kompetencjami strategicznymi i kreatywnymi w agencji digital Biuro Podróży Reklamy, która od 2003 roku pracowała dla ponad 150 marek i ma na koncie 2 tytuły agencji roku w Polsce (Epica 2014 i Impactor 2015) oraz 31 nagród i wyróżnień branżowych. Wykładowca w Szkole Filmowej w Łodzi. Członek IAB Polska i ISOC Polska. Ekspert Narodowego Centrum Badań i Rozwoju. Absolwent SGH w Warszawie oraz Szkoły Filmowej w Łodzi.



Michał Szuldrzyński – Zastępca Redaktora Naczelnego, „Rzeczpospolita”

Dziennikarz i publicysta. Absolwent filozofii na Uniwersytecie Jagiellońskim. W „Rzeczpospolitej” pracuje od 2008 roku, najpierw jako zastępca, a potem szef działu krajowego. Prowadził programy publicystyczne w TVP Info oraz Polsat News. W latach 2006-08 był redaktorem naczelnym „Nowego Państwa”. Wcześniej Był w gronie założycieli kwartalnika Klubu Jagiellońskiego „Pressje”. Zdobywca nagrody Grand Press 2016 w kategorii publicystyka. W 2016 nominowany również do nagrody Radia Żef im. Andrzeja Woyciechowskiego. Fan Twittera.

**Anna Szymczyk, Marketing Communications & PR Manager, Schneider Electric**

Jest liderem zorientowanym na współpracę z ludźmi i osiągnięcie założonych celów z blisko 11 letnim doświadczeniem w obszarze relacji z mediami (PR), zewnętrznej komunikacji marketingowej, komunikacji wewnętrznej oraz digital & content marketing. Zawodowo związana jest z firmą Schneider Electric – globalnym specjalistą w zarządzaniu energią i automatyce, gdzie od roku 2010 z sukcesem tworzy dział PR w Polsce. Jest absolwentką studiów magisterskich w Szkole Głównej Handlowej oraz studiów podyplomowych realizowanych przez Akademię Leona Koźmińskiego.

**Łukasz Wilczyński – CEO, Planet PR**

Ekspert w zakresie nowoczesnej komunikacji. Od ponad piętnastu lat związany z branżą marketingową i public relations. Specjalizuje się w kreacji strategicznej i komunikacji marek, certyfikowany trener i współtwórca questingu w Polsce. Wykładowca Uniwersytetu Wrocławskiego, Wyższej Szkoły Europejskiej w Krakowie oraz Wyższej Szkoły Bankowej we Wrocławiu. Autor i współautor licznych artykułów i książek z dziedziny public relations, a także marketingu miejsc i tworzenia produktów turystycznych. Aktywnie działa w wielu organizacjach branżowych. W latach 2008 i 2009 dwukrotnie nominowany do nagrody Prototy, przyznawanej profesjonalistom w dziedzinie komunikacji. Jeden z fundatorów i prezes zarządu Europejskiej Fundacji Kosmicznej.

Agata Wiśniewska – Wiceprezes, ComPress

Ma ponad 13 lat doświadczenia w komunikacji. Wcześniej była dyrektorem zarządzającym w agencji Pitera Communications oraz dyrektorem Departamentu PR w Link4. W latach 2006–2008 pracowała również dla agencji Twenty Four Seven PR. Przed wejściem w świat public relations dziennikarką w redakcjach telewizyjnych i prasowych. Pracowała dla takich marek jak m.in. PKO Ubezpieczenia, Fundacja BGŻ, Cadbury Wedel Polska, Arcelor Mittal Warszawa, Diners Club Polska, Nordea Life&Pensions czy PSR. Specjalizuje się w doradztwie strategicznym i komunikacji korporacyjnej, CSR, zarządzaniu kryzysowym oraz Digital PR. Jest absolwentką Wydziału Dziennikarstwa i Nauk Politycznych oraz Wiedzy o Kulturze na Uniwersytecie Warszawskim.

WARSZTATY **DIGITAL PR W PRAKTYCE**

Przewodnik prowadzenia działań komunikacyjnych w sieci

TERMIN I MIEJSCE WYDARZENIA: 8-9 MARCA 2017 r., WARSZAWA

Nazwa Firmy/Osoba fizyczna: NIP:

ulica, nr domu, nr lokalu: Miejscowość/Kod pocztowy:

Telefon: Faks: e-mail:

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanim z Gremi Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną (Dz. U. 2002 nr 144 poz. 1204 ze zm.). W każdym momencie przysługuje mi prawo do odwołania powyższej zgody.
- Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media Sp. z o.o. z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i zgodnie z treścią art. 23 ust. 1 pkt. 3 i 5 ustawy o ochronie danych osobowych (Dz. U. Nr 133 poz. 883 z 1997 r. ze zm.) i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Jednocześnie przyjmuję do wiadomości, że podanie przeze mnie danych jest dobrowolne i przysługuje mi prawo wglądu do swoich danych, ich poprawiania oraz usunięcia z bazy.

DANE UCZESTNIKA/UCZESTNIKÓW:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

Imię i nazwisko: Stanowisko:

e-mail: Telefon:

CENA:

2150 zł/os + 23% VAT

Cena obejmuje: udział w dwudniowych warsztatach, materiały, lunch, przerwy kawowe.

UWAGI/KOD PROMOCYJNY:

WARUNKI ZGŁOSZENIA:

- Warunkiem zgłoszenia udziału w usłudze edukacyjnej jest przesłanie wypełnionego formularza rejestracyjnego na stronie www.konferencje.rp.pl, e-mailem pod adres wojciech.winiarski@rp.pl (dalej „Zgłoszenie”) oraz otrzymanie e-mailowego potwierdzenia o uczestnictwie w usłudze edukacyjnej.
- Przesłane Uczestnikowi przez Organizatora potwierdzenie Zgłoszenia równoznaczne jest z zawarciem umowy o świadczenie usługi edukacyjnej, stanowi warunek dopuszczenia do usługi edukacyjnej oraz podstawę do obciążenia Uczestnika opłatą za usługę.
- Wpłaty należy dokonać w terminie 14 (czternastu) dni od daty otrzymania wezwania do dokonania płatności za udział w usłudze edukacyjnej, nie później jednak niż 2 (dwa) dni przed jej rozpoczęciem. Wpłaty należy dokonać na rachunek:
Gremi Media S.A. ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Ing Bank Śląski S.A. 14 1050 1025 1000 0090 3096 4259
 Niedokonanie wpłaty we wskazanym terminie nie jest jednoznaczne z rezygnacją Uczestnika z udziału w usłudze edukacyjnej.
- Uczestnik jest uprawniony do rezygnacji z usługi edukacyjnej na następujących zasadach:
 - rezygnacja winna zostać złożona na piśmie i przesłana Organizatorowi w trybie wskazanym w ust. 1;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie co najmniej 21 (dwudziestu jeden) dni przed jej rozpoczęciem Organizator obciąża Uczestnika opłatą administracyjną w wysokości 400 zł +23% VAT;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni przed jej rozpoczęciem, Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku nieodwołania zgłoszenia uczestnictwa oraz niewzięcia udziału w wydarzeniu, zgłaszający Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty pełnych kosztów uczestnictwa w usłudze edukacyjnej (100% ceny) wynikających z zawartej umowy.
- W przypadku gdyby usługa edukacyjna nie odbyła się z powodów niezależnych od Organizatora, Uczestnikowi zostanie zaproponowany, według uznania Organizatora, udział w usłudze edukacyjnej w innym terminie lub w ciągu 14 dni roboczych zostanie zwrócona pełna kwota wpłaty.
- Organizator zastrzega sobie prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej osoby powiązanej w jakimkolwiek charakterze z podmiotem konkurencyjnym dla współorganizatora usługi edukacyjnej wskazanego w programie. W przypadku ujawnienia powyższych okoliczności po dokonaniu wpłaty za uczestnictwo w usłudze edukacyjnej, pełna kwota wpłaty zostanie zwrócona w ciągu 14 dni roboczych. Organizator zastrzega sobie także prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej bez podawania przyczyny.
- Dokonanie Zgłoszenia jest równoznaczne z akceptacją niniejszych warunków oraz akceptacją warunków Regulaminu i upoważnieniem Organizatora do wystawienia faktury VAT bez składania podpisu przez Uczestnika albo osobę upoważnioną ze strony zgłaszającego Uczestnika.
- Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów oraz do odwołania wydarzenia.

miejscowość, data i podpis	pieczęćka firmy