

## PROGRAM 16-godzinnego szkolenia

### BUDOWANIE WIZERUNKU INSTYTUCJI OPIEKI NAD DZIEĆMI DO LAT 3

- ODBIORCY

Szkolenie dedykowane jest właścicielom (organom prowadzącym) oraz kadrze kierowniczej placówek opieki nad dziećmi do lat 3 (żłobków, klubów dziecięcych, dziennym opiekunom dziecka do lat 3).

- CELE SZKOLENIA

Podczas szkolenia uczestnicy zdobędą wiedzę i umiejętności z zakresu budowania pozytywnego wizerunku i kreowania marki placówki opieki nad dziećmi do lat 3. W trakcie szkolenia odpowiemy na pytania: Czy warto to robić? W jaki sposób? I od czego zacząć? Uczestnicy szkolenia staną się bardziej świadomi w kwestii promowania i kreowania skutecznego, wizerunku placówki opieki nad dziećmi do lat 3. Podczas szkolenia zaprezentowane zostaną uczestnikom jakimi narzędziami dysponuje placówka, która chce promować własny wizerunek i budować świadomość swojej marki, tak by była ona wartością na rynku usług edukacyjno-opiekuńczych.

- KORZYŚCI ZE SZKOLENIA

- umiejętność tworzenia strategii marketingowych i reklamowo-promocyjnych;
- poznanie zasad public relations;
- umiejętność budowania treści reklamowych zamieszczanych na firmowej stronie www z uwzględnieniem słów kluczowych, skutecznie dobranych na bazie Google Analytics;
- nabycie umiejętności korzystania z narzędzi internetowych służących do śledzenia i mierzenia potencjału marki;
- poznanie narzędzi ułatwiających opanowanie sytuacji kryzysowych, mogących niekorzystnie wpłynąć na wizerunek firmy, takich jak – crisis manual czy dark site.
- umiejętność budowania marki w social media;
- świadome wykorzystanie wizerunku osobistego do budowania wizerunku placówki;
- poznanie technik ewaluacji wizerunku placówki;

- PROGRAM SZKOLENIA

**Budowanie tożsamości placówki. Wizerunek a tożsamość**

- System identyfikacji wizualnej
- Strona internetowa i media społecznościowe
- Nazwa, slogany, hasła, logo

**Czym jest marka? Kreowanie marki**

- Zakres pojęcia budowania świadomości marki
- Etapy budowania kapitału marki
- Mierzenie kapitału marki
- Zarządzanie kapitałem marki
- Tworzenie strategii marki
- Marki XXI wieku
- Know how placówki

**Polityka informacyjna placówki**

- Działania informacyjne i public relations w praktyce placówki
- Zarządzanie wizerunkowe w sytuacji kryzysowej
- Współpraca z rodzicami
- Współpraca z otoczeniem społecznym

#### **Wizerunek w sieci**

- Monitoring Internetu
- Obecność w social media – budowanie marki w social media
- Pomiar i analiza skuteczności działań w social media

#### **Komunikacja wewnętrzna elementem budowania wizerunku**

- System zachowań pracowników placówki (kultura organizacyjna)
- Narzędzia skutecznej komunikacji interpersonalnej (zewnętrznej i wewnętrznej)

#### **Wizerunek osobisty dyrektora i pracowników placówki**

- Savoir- vivre
- Prawo pierwszego wrażenia
- Wizytówki
- Rozmowa telefoniczna
- Korespondencja listowa i e-mailowa
- Mowa ciała podczas spotkania z rodzicami
- Dress code pracowników placówki