Szkolenie:

„Wizerunek związków zawodowych i media społecznościowe”

Program szkolenia

1. Poznanie się uczestników i prowadzącej.
   Technika: ćwiczenie integracyjne
2. Wprowadzenie do tematyki warsztatu, przedstawienie metod pracy, oczekiwania uczestników
   Technika: prezentacja połączona z dyskusją
3. Współczesny wizerunek związków zawodowych i związkowców w Polsce
   Techniki: tworzenie mapy myśli w mniejszych grupach; prezentowanie wyników analizy; wspólne wyciąganie wniosków na temat przyczyn zdefiniowanego wizerunku związków zawodowych i związkowców
4. Media tradycyjne a media społecznościowe
   Techniki: prezentacja połączona z dyskusją
   Problematyka:
   - Konsumpcja mediów ze względu na wiek, płeć, wykształcenie, status...
   - Komunikowanie jedno- i dwukierunkowe; nadawca komunikatu - odbiorca komunikatu
   - Zakłócenia komunikowania w mediach tradycyjnych i społecznościowych
   - Wyzwania w zakresie budowania wizerunku w mediach tradycyjnych i społecznościowych
5. Strategie komunikacji w mediach społecznościowych
   Technika: praca w grupach nad analizą wybranych przypadków komunikacji w social mediach wraz z próbą identyfikacji stojącej za nimi strategii komunikacyjnej
6. Wybór odpowiednich platform społecznościowych
   Technika: praca w grupach nad zaplanowaniem własnej strategii komunikacyjnej z uwzględnieniem specyfiki platform społecznościowych
   Problematyka:
   - Wykorzystanie serwisów społecznościowych do komunikacji zewnętrznej i wewnętrznej (w miejscu pracy, w ramach organizacji związkowej)
   - Charakterystyka najpopularniejszych platform społecznościowych w Polsce: Facebook, Instagram, YouTube, TikTok, X, LinkedIn, Pinterest, Snapchat, WeChat, FB Messenger.
   - Tworzenie profili
   - Komunikowanie się z innymi
   - Dzielenie się treściami
   - Interakcja z ludźmi
   - Budowanie społeczności
   - Publikowanie zdjęć, filmów, linków do zewnętrznych stron
   - Wymiana informacji
7. Zarządzanie wizerunkiem kryzysowym w mediach społecznościowych
   Techniki: burza mózgów, dyskusja, praca na bazie scenariuszy
   Problematyka:
   - Wspólne zdefiniowanie sytuacji kryzysowej i wizerunku kryzysowego
   - Skuteczne zarządzanie kryzysem wizerunkowym w mediach społecznościowych:
   - szybkość reakcji, kompetencje zespołu, transparencja i szczerość, styl komunikacji,
   - dostosowanie strategii reakcji do sytuacji
   - Mantra komunikacji kryzysowej i przykłady jej zastosowania
8. Bezpieczeństwo w mediach społecznościowych i aspekty prawne.
9. Ewaluacja i zamknięcie warsztatu, czyli jak wykorzystać to, co zostało na warsztacie wypracowane.