

Jak sprzedać karpia w mediach – trening praktyczny?

Szanowni Państwo,

Już za 7 dni , tj. 1-2 grudnia 2011 r. zapraszamy do Zajazdu „Karpik” w Graboszykach koło Zatora (wyjazd na Wadowice, mapa - <http://mapa.meteor24.pl/graboszyce.html>) na zapowiadany od kilku tygodni trening praktyczny pt. Jak sprzedać karpia w mediach?

PROGRAM SZKOLENIA - Jak sprzedać karpia w mediach

Czwartek 1.12.br

1. Przyjazd i zakwaterowanie – godz. 15.30-16.00
2. Jak sprzedać karpia w mediach 16.00-19.00 (w przerwie bufet kawowy)
3. Obiady - kolacja – 19.30

Piątek 2.12.br.

1. Śniadanie 7.30-8.30
2. Jak sprzedać karpia w mediach c.d. 8.30-11.00 (w przerwie bufet kawowy)
3. Dyskusja 11.00-13.00
4. Obiad i zakończenie – 13.00

Szczegółowy program warsztatów jak sprzedać karpia w mediach?

CELE I KORZYŚCI WYNIKAJĄCE Z PRZEPROWADZENIA MODUŁU SZKOLENIOWEGO

- wykształcenie umiejętności i postaw niezbędnych we współpracy z mediami w celu zbudowania odpowiedniego wizerunku w mediach producentów karpia i ich produktu
- umiejętność praktycznej komunikacji ze środkami masowego przekazu, w tym m.in.:
 - udzielanie wypowiedzi do mediów,
 - komunikacja pisemna z mediami,
 - kształtowanie odpowiedniego komunikatu do mediów,
 - zainteresowanie mediów tematem spożycia i hodowli karpia,
- poznanie sposobu działania mediów, w tym podstawowy podział mediów, aspekty prawne współpracy z mediami, zadania dziennikarza
- poznanie roli rzecznika prasowego w kontaktach z mediami
- nabycie umiejętności tworzenia przekazów public relations (PR), czyli głównych tez, które chcemy zakomunikować społeczeństwu i mediom na temat spożycia i hodowli karpia

- poznanie podstawowych narzędzi i technik PR
- poznanie zasad zapobiegania i radzenia sobie w sytuacjach kryzysowych m.in. związanych z hodowlą karpia

SZCZEGÓŁOWY PROGRAM SZKOLENIA

1. Sukces zawarty w dwóch słowach: Public Relations

- wprowadzenie do zagadnienia promocji, marketingu, komunikacji społecznej;
- dokonanie rozróżnienia pomiędzy działaniami promocyjnymi, a działaniami sprzedażowymi i wyjaśnienie dlaczego PR to recepta na sukces;
- omówienie najważniejszych zagadnień oraz narzędzi i technik Public Relations;
- wyjaśnienie czym są przekazy PR (główne tezy, które chcemy zakomunikować społeczeństwu) i ich zastosowanie w komunikacji z mediami;
- dodatkowo zostaną omówione takie zagadnienia jak: CSR, kampanie społeczne, e-PR w celu wskazania możliwych dróg promocji karpia w ciągu całego roku, a nie tylko przed okresem świątecznym;
- ćwiczenia

2. Współpraca z mediami

- warsztat poświęcony zasadom współpracy z mediami;
- zwrócenie uwagi na sposób komunikowania się z mediami;
- omówienie sposobu tworzenia profesjonalnych materiałów prasowych;
- zwrócenie uwagi na prawne aspekty funkcjonowanie mediów;
- omówienie jak zainteresować media danym tematem – przedstawienie narzędzi;
- omówienie roli rzecznika prasowego i wyjaśnienie jak ważna jest taka funkcja w kontaktach z mediami;
- przedstawienie głównych zadań rzecznika prasowego;
- ćwiczenia

3. Współpraca z tabloidami

- omówienie głównych zasad współpracy z wydawnictwami sensacyjnym;
- omówienie jak wydawnictwa sensacyjne mogą skutecznie osłabić wizerunek producentów karpia i ich produktu
- ostrzeżenie na co zwracać uwagę

4. Setka / Wygląd

- warsztat poświęcony nagrywaniu tzw. 'setki' telewizyjnej i radiowej
- omówienie prawidłowego wyglądu przed kamerą;
- ćwiczenia

5. Podział mediów / Z drugiej strony – praca dziennikarza

- wykład poświęcony podziałowi mediów na lokalne, regionalne, ogólnopolskie oraz na domy wydawnicze;
- omówienie jak wygląda praca dziennikarza

6. Sytuacje kryzysowe

- omówienie jak rozpoznać zbliżającą się sytuację kryzysową;
- przedstawienie głównych zasad postępowania w trakcie trwania sytuacji kryzysowej;
- wyjaśnienie jak powinna wyglądać komunikacja do mediów i społeczeństwa po nastaniu sytuacji kryzysowej;
- przedstawienie wybranych 'case studies' – przykładów sytuacji kryzysowej;
- omówienie sytuacji kryzysowych dotyczących producentów karpia i ich produktu
- ćwiczenia