

# Promocja działalności kina w social media

Praktyczna wiedza z zakresu użycia nowych mediów do promocji działalności kina

Michał Pałasz

## **Dzień I - Nie tylko Facebook**

2 x 1,5 h (14:50-16:20 / 10' przerwy / 16:30-18:00)

14:45-16:15 Część I

### Wstęp

- przywitanie, zapoznanie się uczestników, omówienie warsztatów
- krajobraz mediów społecznościowych przydatnych w promocji działalności kina

### Instagram

- prezentacja i istota medium
- backstage, czyli z życia kina
- hashtagi, czyli jak dotrzeć do odbiorców

### Twitter

- prezentacja i istota medium
- angażująca odbiorców komunikacja między podmiotami kultury i czasu wolnego
- kino angażujące opinię publiczną i celebrytów

### Serwisy geolokalizacyjne

- Yelp, Foursquare, Swarm, Facebook Places...
- korzyści płynące z meldowania się przez widzów w kinie i zostawiania przez nich rekomendacji

### Pinterest

- prezentacja i istota medium
- piękne zdjęcia, kolekcje, interakcje
- skarbiec kinomana

### Blog, a może vlog?

- podstawy blogowania i wideoblogowania
- platformy blogowe: Wordpress, Blogger, Tumblr
- Youtube - nie tylko wideo

16:30-18:00 Część II

### Kompetencje i narzędzia menedżera mediów społecznościowych

- skąd pozyskiwać atrakcyjne dla odbiorców treści?
- natywne narzędzia omawianych serwisów społecznościowych do zarządzania treścią i planowania wpisów
- zewnętrzne narzędzia do zarządzania treścią i planowania wpisów
- projektowanie graficzne na potrzeby social media
- edycja wideo na potrzeby social media

## **Dzień II - A jednak wciąż Facebook**

2 x 2,5h (10-12:30 / 1,5h przerwy / 14-16:30)

10:00-12:30 Część I

Facebook i funkcje, które może pełnić w promocji działalności kina.

Strona fanowska - własne wydawnictwo, żywy repertuar, miejsce spotkań:

- EdgeRank, czyli kto i dlaczego widzi nasze posty
- wydarzenia na Facebooku - możliwości i ograniczenia, dobre praktyki
- tylko na stronie fanowskiej::
  
- planowanie postów
- darmowe statystyki, ich analiza i wyciąganie wniosków
- reklamy i oferty - czy warto płacić za Facebook?
- relacje między stronami fanowskimi
- komunikacja osobista między stroną fanowską i fanami

14:00-16:30 Część II

Profil osobisty na Facebooku - bliżej społeczności:

- zarządzanie społecznością - listy znajomych i ich zastosowanie w tworzeniu grup docelowych, docieraniu do nich, nawiązywaniu i rozwijaniu relacji ze społecznością skupioną wokół kina
- zarządzanie treścią - listy zainteresowań i ich zastosowanie w tworzeniu bazy treści i bazy podmiotów, z którymi warto wchodzić w interakcje jako strona fanowska
- grupy na Facebooku, czyli promocja z ludzką twarzą - typy i funkcje

Strona fanowska i profil osobisty - porównanie możliwości i ograniczeń.

Przyszłość - czego możemy oczekiwać? Narzędzia przyszłości - beacons.  
Podsumowanie, dyskusja, pytania uczestników.