

# Na początku był brief czyli o współpracy z influencerami przy kampaniach małych i dużych



Agenda szkolenia 24.02 10.00-14.00



szkoła kreatywności

1. Influencer – kim jest? Dlaczego chcemy go oglądać i z nim współpracować?
2. Kategorie influencerów – omówienie 8 kategorii na przykładach konkretnych profili i platform.
3. Hierarchia kanałów dotarcia – co najczęściej wybierają Klienci?
4. Czym jest zasięg, wyświetlenie i zaangażowanie? Co można realnie sprawdzić przed i po kampanii?
5. Gdzie szukać influencerów i informacji o nich?
6. Zalety współpracy samodzielnej vs. z agencją. Jaką ścieżkę wybrać?
7. Cele kampanii możliwe do realizacji.
8. Plan działania z influencerem na początku:
  - Formy rozliczeń z twórcą
  - Modele współpracy
  - Harmonogram realizacji
  - Dobór twórców
  - Narzędzia do weryfikacji profili
  - Efektywny brief dla influencera
9. Realizacja projektu z potwierdzonymi influencerami:
  - Instrukcja kampanii dla twórcy
  - DO & DON'TS
  - Ścieżka współpracy od A do Z
  - Raport podsumowujący
10. Case study – skuteczne kampanie i wpadki.
11. Na co uważać i o czym warto pamiętać w przyszłości.

### Prowadzące:



#### Patrycja Wachek – Influencer Marketing Manager

W Tears of Joy odpowiedzialna jest za dział kreatywnych influencer specjalistów oraz za bezpośrednie tworzenie aktywacji z udziałem internetowych twórców. Pracując w ToJ zrealizowała ponad 20 kampanii, poskramiając przy tym około 300 influencerów. Dobrze czuje się prowadząc szkolenia i podpowiadając, co robić, aby być zauważonym w sieci. Jej mocną stroną jest szczegółowa znajomość rynku – żaden influencer nie ma przed nią tajemnic! Swoje wolne chwile wykorzystuje na praktykę grafiki komputerowej oraz poznawanie gier strategiczno-symulacyjnych.

#### Agata Kołodziej - Influencer Marketing Specialist

W Tears of Joy odpowiedzialna za prowadzenie kampanii z influencerami oraz przygotowywanie ofert dla potencjalnych Klientów. Posiada doświadczenie w prowadzeniu kampanii influencerskich oraz strategii PR-owych dla marek z branży kosmetycznej. W TOJ odpowiedzialna przede wszystkim za współpracę z markami z branży FMCG. Prywatnie uwielbia musicale i teatr. W wolnej chwili, od lat, uczęszcza na zajęcia wokalne oraz uczy się języka hiszpańskiego.