

KSZTAŁTOWANIE WIZERUNKU URZĘDU ORAZ BUDOWANIE RELACJI Z MIESZKAŃCAMI

WAŻNE INFORMACJE:

Proponujemy Państwu udział w zajęciach, podczas których uczestnicy otrzymają praktyczną wiedzę na temat organizacji i realizacji projektów budowania wizerunku urzędów (miasta, gminy) oraz instytucji publicznych. Poznają użyteczne narzędzia diagnozowania aktualnego wizerunku oraz metody wspomagające pracę nad promocją urzędu oraz komunikacją z mieszkańcami, także w sytuacjach trudnych i problematycznych.

Najważniejsze zagadnienia, które zostaną omówione w trakcie zajęć:

- Metody diagnozowania (badania) wizerunku.
- Rola urzędnika w kształtowaniu wizerunku urzędu i marki terytorialnej.
- Planowanie i realizacja działań promocyjnych, przykłady kampanii.
- Relacje marki terytorialnej z mieszkańcami.

Szkolenie jest wsparte szeregiem praktycznych przykładów i wskazówek.

CELE I KORZYŚCI:

- **Opinia otoczenia na temat jakości usług świadczonych przez urząd ma bezpośredni wpływ na postrzeganie przez mieszkańców jakości życia w danym miejscu** – stąd warto dowiedzieć się, jak badać nastroje mieszkańców, jak planować działania poprawiające wizerunek i jak wdrażać w życie projekty podnoszące jakość życia.
- Celem proponowanych zajęć jest:
 - przekazanie wiedzy na temat budowania pozytywnego wizerunku urzędu (miasta, gminy itp.) i marki terytorialnej,
 - wskazanie, w jaki sposób wizerunek przekłada się na satysfakcję mieszkańców danego obszaru i osób korzystających z usług.
 - przedstawienie metod i narzędzi mających na celu audytowanie realizacji strategii budowania wizerunku urzędu (miasta, gminy itp.) i marki terytorialnej.

PROGRAM:

1. Diagnoza aktualnego wizerunku urzędu (miasta/gminy). Metody i narzędzia badawcze: tradycyjne i on-linowe.

- Audyt wizerunku urzędu i badanie opinii mieszkańców.
- Badania ilościowe i jakościowe. Metody badawcze, konstrukcja scenariusza, dobór próby. Kogo, o co i w jaki sposób zapytać?
- Konsultacje społeczne.
- Inne możliwości i instrumenty badania jakości pracy urzędu. Praktyczne przykłady i rekomendacje.

2. „Jak cię widzą, tak cię piszą”, czyli jak dbać o pozytywny wizerunek urzędu w oczach mieszkańców miasta/gminy.

- Urząd z ludzką twarzą. Rola pracowników w procesie kształtowania wizerunku urzędu.
- Tajemniczy klient, czyli audytor w urzędzie. Metodyka badań, przebieg procesu i oczekiwane efekty.
- Standaryzacja procesów obsługi mieszkańców metodą podnoszenia jakości usług świadczonych przez urząd.

3. Planowanie działań informacyjnych i promocyjnych Urzędu. Przykłady projektów promocyjnych i praktyczne wskazówki.

- Identyfikacja wizualna i branding urzędu i marki terytorialnej. Logo, symbol, kody kolorystyczne.
- Kanały i narzędzia komunikacji. Nowe media - nowe możliwości oraz nowe oblicze „starych” mediów.
- Promocja a trendy społeczne. Wrażliwość Urzędu i marki terytorialnej na sygnały płynące z otoczenia.
- Komunikacja urzędu w trudnych sytuacjach. Idee i projekty informacyjne.

4. Komunikacja z mieszkańcami.

- Relacja z mediami. Jak przyciągnąć uwagę i zyskać przychylność dziennikarzy?
- Organizacja spotkań, konferencji i wydarzeń.
- Projekty społecznie odpowiedzialne.
- Obecność medialna, wskaźnik AVE, czyli mierniki sukcesu komunikacyjnego.

ADRESACI:

Szkolenie adresowane jest do pracowników administracji samorządowej, odpowiedzialnych za wizerunek miasta lub gminy, komunikację z mieszkańcami i relacje zewnętrzne, a także za realizację projektów promocyjnych.

PROWADZĄCA:

Absolwentka Katedry Marketingu Uniwersytetu Ekonomicznego w Katowicach. Ukończyła kurs Professional Diploma in Marketing i uzyskała międzynarodowy dyplom potwierdzający kwalifikacje i kompetencje marketingowe The Chartered Institute of Marketing in London. Dyrektor Agencji Komunikacji Marketingowej Business Consulting w Katowicach. Zaangażowana w przedsięwzięcia związane z marketingiem terytorialnym oraz promocją miast i regionów. Autorka wielu kampanii promocyjnych dla marek terytorialnych oraz strategii komunikacji marketingowej dla Katowic, Pszczyny i Polkowic. Koordynatorka projektów badawczych związanych z wizerunkiem miejsc. Regularnie prowadzi szkolenia na temat marketingu miejsc oraz zajęcia dydaktyczne z zakresu komunikacji marketingowej na Uniwersytecie Śląskim i w Wyższej Szkole Bankowej w Poznaniu. Współautorka książki „Szukając klienta, czyli jak rozpoznać potencjalnego nabywcę i nie wpaść w pułapkę sprzedawania wszystkim”, która ukazała się na rynku w 2019 roku.

Kształtowanie wizerunku urzędu oraz budowanie relacji z mieszkańcami



Szkolenie będziemy realizowali w formie webinarium on line.



7 grudnia 2022 r.

Szkolenie w godzinach 10:00-14:00



Cena: 359 PLN netto/os. Udział w szkoleniu zwolniony z VAT w przypadku finansowania szkolenia ze środków publicznych.

**CENA
zawiera:**

udział w profesjonalnym szkoleniu on-line,
materiały szkoleniowe w wersji elektronicznej,
certyfikat ukończenia szkolenia,
możliwość konsultacji z trenerem.

**DANE
DO
KONTAKTU:**

Fundacja Rozwoju Demokracji Lokalnej, Świętokrzyskie Centrum
ul. Sienkiewicza 78, IV piętro, 25-501 Kielce
tel. 41 344 66 30, 730-696-423, centrum@frdl.kielce.pl

DANE UCZESTNIKA ZGŁASZANEGO NA SZKOLENIE

Nazwa i adres nabywcy
(dane do faktury)

Nazwa i adres odbiorcy

NIP

Telefon

1. **Imię i nazwisko uczestnika**, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

2. **Imię i nazwisko uczestnika**, stanowisko,
E-MAIL i TEL. DO KONTAKTU

Oświadczam, że szkolenie dla ww. pracowników jest kształceniem zawodowym finansowanym w całości lub co najmniej 70% ze środków publicznych (proszę zaznaczyć właściwe)

TAK
NIE

Proszę o przesłanie faktury na adres mailowy:

Dokonanie zgłoszenia na szkolenie jest równoznaczne z zapoznaniem się i zaakceptowaniem regulaminu szkoleń Fundacji Rozwoju Demokracji Lokalnej zamieszczonym na stronie Organizatora www.frdl.kielce.pl oraz zawartej w nim Polityce prywatności i ochrony danych osobowych.

**Wypełnioną kartę zgłoszenia należy przelać poprzez formularz zgłoszenia na
www.frdl.kielce.pl do 1 grudnia 2022 r.**

UWAGA! Liczba miejsc ograniczona. O udziale w szkoleniu decyduje kolejność zgłoszeń. Zgłoszenie na szkolenie musi zostać potwierdzone przesłaniem do Ośrodka karty zgłoszenia. Brak pisemnej rezygnacji ze szkolenia najpóźniej na trzy dni robocze przed terminem jest równoznaczny z obciążeniem Państwa należnością za szkolenie niezależnie od przyczyny rezygnacji. Płatność należy uregulować przelewem na podstawie wystawionej i przesłanej FV.

Podpis osoby upoważnionej _____