

LinkedIn Ads – skuteczna reklama w B2B - e-learning

Reklama B2B na LinkedIn wymaga precyzyjnego połączenia celu kampanii, właściwej grupy odbiorców, odpowiedniego formatu i kontroli kosztów – ten kurs pokazuje, jak zrobić to w LinkedIn Campaign Managerze. Jest przeznaczony dla specjalistów marketingu, właścicieli firm, pracowników agencji i osób odpowiedzialnych za pozyskiwanie leadów lub budowanie świadomości marki w środowisku biznesowym. Po ukończeniu kursu będziesz w stanie skonfigurować kampanię od podstaw, zdefiniować grupę docelową, przygotować kreacje, wdrożyć LinkedIn Insight Tag i retargeting, monitorować konwersje oraz oceniać skuteczność działań na podstawie właściwie dobranych wskaźników i testów A/B.



Odbiorcy szkolenia

- Osoby rozpoczynające pracę z reklamą na LinkedIn
- Specjaliści ds. marketingu i digital marketingu
- Osoby odpowiedzialne za planowanie i prowadzenie kampanii B2B
- Właściciele firm promujący swoje usługi na LinkedIn
- Pracownicy agencji marketingowych i reklamowych
- Specjaliści zajmujący się pozyskiwaniem leadów i budowaniem świadomości marki
- Osoby, które chcą samodzielnie konfigurować, prowadzić i analizować kampanie w LinkedIn Campaign Managerze



Korzyści

- Zrozumiesz system aukcyjny LinkedIn – ocenisz, co wpływa na koszt reklamy i konkurencyjność kampanii.

- Skonfigurujesz konto reklamowe – sprawnie wykorzystasz strukturę LinkedIn Campaign Managera do tworzenia i zarządzania kampaniami.
- Dobierzesz cel i format reklamy – dopasujesz ustawienia kampanii oraz kreację do zakładanego rezultatu biznesowego.
- Zdefiniujesz grupę docelową – wykorzystasz Buyer Personę, dane zawodowe, firmowe i demograficzne oraz właściwe wykluczenia.
- Zweryfikujesz potencjał odbiorców – ocenisz wielkość i jakość grupy docelowej przed uruchomieniem kampanii.
- Zaplanujesz budżet i kreacje – oszacujesz możliwe efekty oraz przygotujesz materiały reklamowe zgodnie z dobrymi praktykami i analizą działań konkurencji.
- Skonfigurujesz pomiar i retargeting – zastosujesz LinkedIn Insight Tag, monitorowanie konwersji, grupy retargetingowe oraz parametry UTM.
- Przeanalizujesz skuteczność kampanii – zinterpretujesz kluczowe wskaźniki, przeprowadzisz testy A/B i zoptymalizujesz działania reklamowe.



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do kursu
 - Przywitanie i wprowadzenie
 - Instrukcja korzystania z kursu
 - Słowniczek najważniejszych pojęć
2. Teoria i konfiguracja
 - System aukcyjny i koszty reklamowe
 - Działanie systemu aukcyjnego na LinkedIn
 - LinkedIn Campaign Manager – wprowadzenie do menedżera reklam
 - Struktura konta reklamowego
 - Najlepsze praktyki zarządzania strukturą konta
3. Tworzenie kampanii krok po kroku
 - Dobór celu reklamowego – możliwości i najlepsze praktyki
 - Wprowadzenie do targetowania na LinkedIn i znajomość Buyer Persony
 - Gotowe i zapisane grupy odbiorców
 - Lokalizacje, wykluczenia i język odbiorców
 - Atrybuty odbiorców:
 - firma,
 - dane demograficzne,
 - wykształcenie,
 - doświadczenie zawodowe,
 - zainteresowania i cechy
 - Rozszerzenie grupy odbiorców

- Weryfikacja grupy docelowej przed opublikowaniem reklamy
 - Praktyczne zdefiniowanie i skonfigurowanie grupy docelowej w panelu reklamowym
 - Wybór formatu reklamy w zależności od celu
 - Dobór budżetów, estymacja efektów i kontrola kosztów reklamowych
 - Sieć odbiorców LinkedIn
 - Podsumowanie najważniejszych informacji
4. Kreacje reklamowe
- Tworzenie kreacji reklamowej na LinkedIn w zależności od celu
 - Najlepsze praktyki i przykłady kreacji reklamowych
 - Analiza kreacji reklamowych konkurencji w różnych serwisach
 - Szablon analizy konkurencji w social mediach
 - Podsumowanie najważniejszych informacji
5. Retargeting, remarketing i monitorowanie konwersji
- Wprowadzenie do zaawansowanych opcji kierowania
 - LinkedIn Insight Tag
 - Wprowadzenie do tworzenia grup retargetingowych
 - Tworzenie grup retargetingowych na podstawie ruchu w witrynie
 - Tworzenie grup na podstawie źródeł LinkedIn
 - Tworzenie grup na podstawie:
 - list firm,
 - list kontaktów,
 - wydarzeń offline
 - Tworzenie grup predykcyjnych i podobnych
 - Scenariusze wykorzystania grup retargetingowych i prognozowanych
 - Wprowadzenie do konfiguracji konwersji
 - Konfiguracja źródeł konwersji
 - Parametry śledzenia UTM
 - Praktyczna konfiguracja Insight Tag i grup remarketingowych
 - Podsumowanie najważniejszych informacji
6. Analiza skuteczności
- Analiza skuteczności działań w Campaign Managerze
 - Gotowe zestawy danych
 - Dobór i interpretacja wskaźników w zależności od celu
 - Analiza jakościowa reklam
 - Testy A/B
 - Zarządzanie reklamami w Campaign Managerze
 - Podsumowanie najważniejszych informacji
7. Podsumowanie kursu
- Zakończenie i podsumowanie materiału



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

- Nie musisz mieć wcześniejszego doświadczenia w prowadzeniu kampanii LinkedIn Ads.
- Potrafisz korzystać z komputera i przeglądarki internetowej.
- Znasz podstawowe pojęcia z zakresu marketingu internetowego.
- Posiadasz aktywne konto na LinkedIn.
- Dostęp do strony firmowej na LinkedIn oraz konta reklamowego jest mile widziany, ale niewymagane.
- Dysponujesz przykładem firmy, produktu lub usługi, dla których możesz zaplanować kampanię reklamową.



Szkolenie obejmuje

- Dostęp do szkolenia przez 365 dni
- 150 min materiałów video



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- e-learning: polski
- Materiały: polski