kod szkolenia: E-LinAds / PL e-learning

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