

kod szkolenia: DM-PERF / linkedin_ads_1d

LinkedIn Ads – strategia, kampanie i optymalizacja

To szkolenie uczy, jak planować, wdrażać i optymalizować kampanie reklamowe w LinkedIn Ads w kontekście działań marketingu B2B. Jest przeznaczone dla specjalistów marketingu i komunikacji, którzy chcą skutecznie generować leady, budować widoczność marki i prowadzić działania employer brandingowe.

W trakcie szkolenia uczestnicy poznają strukturę konta, zasady targetowania oraz mechanizmy optymalizacji kampanii. Po szkoleniu będą w stanie samodzielnie tworzyć kampanie, analizować ich efektywność i podejmować decyzje optymalizacyjne w oparciu o dane.



Odbiorcy szkolenia

- Specjaliści ds. performance marketingu
- Pracownicy agencji reklamowych, PR-owych i marketingowych
- Specjaliści ds. employer branding
- Specjaliści ds. marketingu



Korzyści

- Skonfigurujesz kampanie LinkedIn Ads: zbudujesz strukturę konta i ustawisz kampanie dopasowane do celów biznesowych
- Dobierzesz cele reklamowe: dopasujesz typ kampanii do etapu lejka marketingowego, aby zwiększyć skuteczność działań
- Zastosujesz zaawansowane targetowanie: połączysz segmenty odbiorców, aby osiągnąć optymalny balans między skalą a precyzją
- Zaprojektujesz skuteczne kreacje: wykorzystasz framework problem-insight-rozwiązanie-CTA, aby

zwiększyć konwersję

- Przeanalizujesz wyniki kampanii: zidentyfikujesz kluczowe metryki i wyciągniesz wnioski do dalszej optymalizacji
- Wdrożysz tracking i remarketing: skonfigurujesz Insight Tag i zbudujesz listy odbiorców do ponownych działań reklamowych
- Zoptymalizujesz kampanie iteracyjnie: zastosujesz podejście hipoteza-test-wniosek-iteracja, aby poprawiać wyniki



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do reklamy na LinkedIn

- Rola LinkedIn Ads w ekosystemie digital marketingu (B2B vs B2C)
- Specyfika platformy
- Jak działa algorytm LinkedIn Ads i system aukcyjny
- Kiedy LinkedIn Ads ma sens biznesowy (use case'y: lead generation, EB, sprzedaż, thought leadership)
- Najczęstsze błędy firm

2. Struktura konta reklamowego i zarządzanie kampaniami

- Campaign Manager - struktura: konto → grupy kampanii → kampanie
- Różnice: Campaign Group vs Campaign (zarządzanie budżetem, testy, skalowanie)
- Jak budować logiczną strukturę konta?
- Workflow pracy zespołu marketingowego (role, dostęp, iteracje)
- Dobre praktyki zarządzania wieloma kampaniami (testy A/B, iteracje)

3. Cele reklamowe na LinkedIn (Objective-Based Advertising)

- Przegląd celów kampanii
- Jak dobierać cel do etapu lejka (TOFU / MOFU / BOFU)
- Różnice między celami a KPI
- Mapowanie celów marketingowych na cele kampanii na LinkedIn
- Jak źle dobrany cel obniża efektywność kampanii

4. Targetowanie reklam - precyzja vs skala

- Typy targetowania na LinkedIn: dane demograficzne i zawodowe, zainteresowania i zachowania, informacje firmowe
- Zaawansowane targetowanie (Insight Tag, lookalike, listy)
- Zapisane grupy odbiorców
- Jak łączyć segmenty (AND vs OR - wpływ na zasięg i koszt)
- Best practices

5. Formaty reklamowe LinkedIn Ads

- Przegląd formatów reklamowych
- Dobór formatu do celu kampanii
- Jak format wpływa na koszt i efektywność
- Najczęstsze błędy kreatywne
- Framework skutecznej kreacji: problem → insight → rozwiązanie → CTA

6. LinkedIn Insight Tag i podstawy trackingu

- Czym jest Insight Tag i jak działa
- Instalacja i konfiguracja (eventy, konwersje)
- Integracja z narzędziami analitycznymi
- Remarketing - jak budować listy odbiorców
- Najczęstsze błędy w trackingu

7. Analityka i optymalizacja kampanii

- Kluczowe metryki
- Jak czytać dane (co jest sygnałem problemu, co optymalizacji)
- Dashboard i raportowanie (co raportować, czego NIE raportować)
- Iteracyjna optymalizacja
- Framework optymalizacji: hipoteza → test → wniosek → iteracja

8. Tworzenie kampanii: manual vs AI

- Ręczne tworzenie kampanii
- Opcje automatyczne i AI
- Kiedy korzystać z AI, a kiedy NIE korzystać
- Hybrydowe podejście: AI + kontrola manualna

9. Podsumowanie szkolenia i sesja Q&A

- Najważniejsze wnioski
- Checklista wdrożeniowa
- Sesja pytań i odpowiedzi



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

- Znasz podstawowe pojęcia związane z marketingiem i celami marketingowymi
- Masz dostęp do konta reklamowego LinkedIn (mile widziane)



Szkolenie obejmuje

- Prezentację szkoleniową
- Checklistę wdrożeniową
- Instrukcję zakładania konta LinkedIn Ads
- Dostęp do platformy online z materiałami szkoleniowymi
- Dodatkowe materiały i linki edukacyjne dotyczące LinkedIn Ads



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski