

Pakiet: Social Media Marketing + Reklama na Facebooku i Instagramie

Media społecznościowe dają dziś równe szanse zarówno globalnym markom, jak i małym firmom – kluczowe są pomysł, zaangażowanie i spójna strategia. Kurs „Social Media Marketing + Reklama na Facebooku i Instagramie” to połączenie naszych dwóch najbardziej popularnych autorskich kursów: **Social Media Marketing** oraz **Reklama na Facebooku i Instagramie**. To kompleksowe wprowadzenie do promocji marki w kanałach społecznościowych oraz reklamy płatnej. Uczestnicy poznają najważniejsze platformy, takie jak Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter, YouTube i inne. Nauczą się planować działania, tworzyć angażujące treści, analizować wyniki, tworzyć skuteczne kreacje reklamowe, ustalać cele, zarządzać budżetami i wdrażać Piksel Facebooka. **Szkolenie zawiera ponad 30 godzinn materiałów video**, artykułów i podcastów oraz dostęp przez 365 dni.



Odbiorcy szkolenia

Kurs został zaprojektowany dla osób, które odpowiadają za komunikację marki i szukają uporządkowanej, aktualnej wiedzy o trendach, algorytmach i narzędziach związanych z social media marketingiem:

- Specjalistów ds. marketingu, PR-u i komunikacji, którzy chcą pogłębić swoją wiedzę o mediach społecznościowych i poznać nowe narzędzia oraz inspiracje do codziennej pracy.
- Brand managerów, social media managerach i content creatorach, którzy odpowiadają za wizerunek marki w kanałach digital i chcą działać bardziej strategicznie.
- Właścicieli firm, freelancerach i osobach prowadzących jednoosobowe działalności, które chcą samodzielnie promować swoje produkty i usługi w mediach społecznościowych.

- Specjalistów ds. reklamy i performance marketingu, planujących kampanie w social mediach i chcących lepiej dobrać kanały, cele i formaty treści.



Korzyści

1. Social media w praktyce – poznasz najważniejsze platformy (Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok, Twitter, YouTube) i zrozumiesz, jak działają ich algorytmy.
2. Strategia działania – nauczysz się planować komunikację z wykorzystaniem modelu SOSTAC i tworzyć kalendarze publikacji dopasowane do celów biznesowych.
3. Tworzenie treści – dowiesz się, jak tworzyć różnorodne formaty (posty, relacje, rolki, live'y) i korzystać z darmowych narzędzi do edycji wideo i grafik.
4. Reklama w social media – nauczysz się podstaw prowadzenia kampanii reklamowych w ekosystemie Meta oraz na Instagramie, TikToku i Twitterze.
5. Analityka i optymalizacja – będziesz potrafić analizować działania na poszczególnych platformach, wyciągać wnioski i wdrażać usprawnienia.
6. Ekosystem Meta – poznasz, jak działa Facebook Ads i jak efektywnie wykorzystywać platformy Meta do realizacji celów biznesowych.
7. Konfiguracja kampanii – nauczysz się tworzyć konto reklamowe, ustawiać budżety, optymalizować kampanie i zarządzać kosztami.
8. Targetowanie – opanujesz techniki zaawansowanego kierowania reklam, w tym tworzenie grup niestandardowych, podobnych i retargeting.
9. Piksel i remarketing – dowiesz się, jak wdrożyć Piksel Facebooka, śledzić konwersje i tworzyć skuteczne kampanie remarketingowe.
10. Optymalizacja – poznasz metody analizy wyników, skalowania kampanii i wykorzystywania danych do zwiększenia skuteczności reklam.



Program szkolenia

Część 1: Social Media Marketing

1. Wprowadzenie do kursu

- Przedstawienie prowadzących
- Agenda = czego dowiesz się z tego kursu

2. Wprowadzenie do serwisów społecznościowych

- Dlaczego media społecznościowe są ważne?
- Co to jest content marketing?
- Budowanie społeczności
- Budowanie społeczności – przykłady

- Gdzie szukać aktualnych informacji o social mediach
- Darmowe Aplikacje do edytowania zdjęć i video
- Słowniczek pojęć

3. Podejście strategiczne - planowanie działań

- Model SOSTAC
- Zdefiniuj swoje cele
- Priorytetyzacja celów
- Analiza konkurencji
- Określanie grupy docelowej
- Mapa empatii
- Dobieranie kanałów komunikacji
- Generowanie pomysłów na treści i linie tematyczne
- Generowanie pomysłów na treści i linie tematyczne: Answer The Public
- Generowanie pomysłów na treści i linie tematyczne: Google Trends
- Generowanie pomysłów: Chat GPT
- Drzewko contentowe
- Kalendarz publikacji

4. Facebook - wprowadzenie

- Kim są użytkownicy Facebooka w Polsce
- Więcej o przyszłości Facebooka - w jaką stronę zmierza?
- Algorytm Facebooka
- Interfejs - gdzie znajdziemy podstawowe informacje
- Profil prywatny a profil biznesowy
- Meta Business Suite
- Wiadomości automatyczne (na stronie firmowej)
- Słowniczek pojęć Facebook

5. Skuteczna komunikacja na Facebooku

- Dostępne formaty i ich prawidłowe użycie
- Posty
- Posty wielozdjęciowe
- Karuzela
- Post tekstowy
- Video
- Obraz z linkiem
- Zdjęcie 360
- Relacje
- Materiał błyskawiczny
- Eye-catchery
- Transmisje Live i Streamyard
- Planowanie działań
- Jak często publikować swoje treści

- Jak długie powinny być treści – do and don'ts
- Grupy na Facebooku
- Ustawienia grupy na Facebooku
- Wydarzenia
- Konkursy
- FAQ

6. Analizowanie działań na Facebooku

- Zasięg a wyświetlenia, czyli jak czytać statystyki Facebooka
- Jak analizować działania na Facebooku?
- Dane dostępne na Facebooku
- Co mierzyć?
- Inne narzędzia do analizowania działań

7. Wprowadzenie do reklamy w Ekosystemie Meta

- Wprowadzenie do reklamy w ekosystemie Meta
- Struktura kampanii reklamowych
- Kampania i cele reklamowe
- Zestawy reklam
- Reklamy

8. Instagram - wprowadzenie

- Kim są użytkownicy Instagrama?
- Więcej o przyszłości Instagrama – w jaką stronę?
- Algorytm Instagrama
- Czym jest konto biznesowe?
- Słowniczek pojęć
- Pamiętaj o odpowiednim bio

9. Skuteczna komunikacja na Instagramie

- Co i jak publikować na Instagramie?
- Posty: zdjęcia + karuzele
- Rolki – wprowadzenie
- Rolki – tworzenie krok po kroku
- 10 pomysłów na rolki na Instagramie
- Relacje
- Transmisje Live
- Planowanie działań
- Zadbaj o swój feed
- Moc hashtagów
- Czym są przewodniki?
- Jak często publikować swoje treści
- Jak długie powinny być treści
- Co wpływa na większe zaangażowanie?
- Konkursy na Instagramie

- Efekty AR na Instagramie
- Tworzenie własnych efektów AR

10. Reklama na Instagramie

- Wprowadzenie do działań płatnych na Instagramie
- Opcja "promuj post"
- Formaty reklam na Instagramie

11. Analizowanie działań na Instagramie

- Statystyki na Instagramie – najważniejsze informacje
- Statystyki profilu
- Statystyki posta
- Statystyki Relacji
- Statystyki Rolek

12. Narzędziownik Instagram

- Przygotowywanie grafik i video z tekstem
- Analiza followersów
- Wyszukiwanie i skanowanie influencerów
- FAQ

13. LinkedIn

Najważniejsze informacje o LinkedIn

- Czym jest LinkedIn? Cel, rola i argumenty potencjału
- LinkedIn, a inne kanały social media – podcast z Karoliną Kociołek
- LinkedIn 2025 – statystyki i informacje o użytkownikach
- Jak działa LinkedIn w praktyce?
- Prawda czy fałsz? Najpopularniejsze mity i fakty o LinkedIn
- Załóż profil na LinkedIn
- Interfejs platformy LinkedIn
- Profil prywatny vs firmowy

Działania na LinkedIn

- Algorytm na LinkedIn – jak działa i jak tworzyć treści?
- Przegląd formatów dostępnych na LinkedIn
- Jakie treści tworzyć na LinkedIn?
- Funkcje na LinkedIn (grupy i wydarzenia)
- Jak korzystać z funkcji na LinkedIn?
- Hashtagi i oznaczenia kont – jak z nich korzystać?

14. YouTube

- Wprowadzenie do serwisu YouTube
- Zakładanie konta na YouTube
- Jak działa algorytm na YT?
- Popularne typy treści na YT
- Czym jest YT Shorts?
- O czym pamiętać dodając film na YT?

15. Twitter

- Wprowadzenie do Twittera
- Jak działa algorytm Twittera?
- Zakładanie konta na Twitterze
- Typy publikacji na Twitterze
- Sztuka pisania komunikatu do 280 znaków
- TweetDeck
- Statystyki na Twitterze
- Reklama na Twitterze
- Twitter Blue

16. TikTok

- Wprowadzenie do TikToka
- Zakładanie konta na TikToku
- Jak tworzyć treści na TikToku? Nagrywanie video krok po kroku
- Stwórz film, który przyciągnie uwagę odbiorców
- Statystyki na TikToku
- Reklama na TikToku – wprowadzenie
- Stwórz swoją pierwszą reklamę na TikToku
- Sprzedaż na TikToku
- Stwórz własny efekt AR

17. Inne platformy social media

- Pinterest
- Discord
- BeReal
- Snapchat
- Twitter

18. Moduł dodatkowy – rozmowy wokół mediów społecznościowych

- Employer branding a social media – Bartosz Furtak, Socjomania
- Content marketing a social media – Maciej Szeffer, Socjomania

Część 2: Reklama na Facebooku i Instagramie**1. Wprowadzenie do kursu****2. Teoria i konfiguracja**

- Ograniczenia i regulamin, odwołanie od decyzji
- System aukcyjny i koszty reklamowe
- Podstawowe formy promocji vs Menedżer Reklam
- Business Manager
- Zakładanie konta, waluta i strefa czasowa
- Ustawienia faktur i płatności

3. Kampania

- Kampanie i struktura kampanii reklamowych
- Cele reklamowe – które wybrać?

4. Zestawy reklam

- Wprowadzenie do zestawów reklamowych
- Lokalizacja
- Wiek, płeć i języki
- Dane demograficzne
- Zainteresowania
- Zachowania
- Wykluczenia i zawężanie
- Targetowanie szczegółowe Advantage i rozszerzanie grupy odbiorców
- Umiejscowienia
- Budżet i harmonogram
- Optymalizacja i wyświetlanie, strategie optymalizacji i stawki ręczne

5. Reklamy

- Reklama – tożsamość, formaty, nieopublikowane posty strony
- Cechy dobrych kreacji reklamowych
- Podglądanie reklam konkurencji (Meta, Google, LinkedIn)
- Parametry UTM
- Testy A/B

6. Zarządzanie menedżerem reklam

- Nawigacja w Ads Managerze
- Skalowanie i rozbudowa kampanii reklamowych
- Struktura kampanii a nazewnictwo

7. Grupy niestandardowych i podobnych odbiorców

- Czym są grupy niestandardowych odbiorców – czym są, jakie są ich typy, retargeting w Meta
- Lista klientów
- Strona na Facebooku i Profil firmowy na Instagramie
- Aktywizowanie nieaktywnych fanów
- Film
- Formularz kontaktowy, wydarzenie, materiał błyskawiczny
- Wykorzystanie "cudzych" grup niestandardowych odbiorców
- Tworzenie i wykorzystanie grup podobnych odbiorców

8. Piksel Facebooka, remarketing i konwersje

- Piksel Facebooka – co to jest i jak go stworzyć
- Implementacja Piksela Facebooka – Google Tag Manager
- Zdarzenia – wybór zdarzeń
- Instalacja zdarzeń
- Konwersje niestandardowe
- Remarketing
- API konwersji

9. Analiza i optymalizacja

- Analiza reklam

- Filtry, raporty, historia zmian

10. Taktyki reklamowe, tips&tricks

- Kampanie typu "always-on"
- Reguły automatyczne
- Zapisane grupy odbiorców i nakładanie się grup docelowych
- Wykorzystanie mixu celów reklamowych
- Dynamiczny materiał reklamowy
- Kampanie z celem konwersje
- Taktyki grup niestandardowych i taktyki remarketingowe
- CBO - Campaign Budget Optimization / budżet Advantage

11. Reklama na Instagramie

- Najważniejsze informacje i łączenie konta
- Promocja z poziomu aplikacji vs promocja w Menedżerze reklam
- Kreacje reklamowe na Instagramie
- Kampanie na pozyskiwanie obserwujących na Instagramie

12. Narzędziownik

- Przydatne narzędzia do tworzenia treści



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie konta w serwisach: Facebook, Instagram, LinkedIn oraz Tiktok.



Szkolenie obejmuje

- Dostęp do kursu przez 365 dni
- 30h materiałów szkoleniowych (video, atrykuły, podcasty)
- Prezentacje szkoleniowe
- Dyplom ukończenia szkolenia
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski