

Reklama na Facebooku i Instagramie - e-learning

Facebook (i ekosystem Meta) to nie tylko największy serwis społecznościowy na świecie, ale również ogromna baza informacji, którą my – marketerzy – możemy wykorzystać do skutecznego kierowania reklam. Panel reklamowy na Facebooku to jedno z najbardziej zaawansowanych narzędzi targetowania dostępnych na rynku - obejmuje nie tylko Facebooka, ale także Instagram, Messengera, Whatsapp czy mobilną sieć aplikacji.

Dzięki temu kursowi online dowiesz się, jak w praktyce wykorzystać potencjał Facebook i Instagram Ads, jak dobrać cel kampanii, grupę docelową i formaty. Nauczysz się tworzyć przyciągające uwagę kreacje i pisać atrakcyjne teksty reklamowe.

Stworzysz kampanie reklamowe oparte o remarketing, grupy niestandardowych i podobnych odbiorców, dowiesz się, jak krok po kroku zainstalować Piksel Facebooka i zdarzenia na swojej stronie internetowej. Innymi słowy - nauczysz się kompleksowej obsługi Ads Managera oraz poznasz najlepsze praktyki budowania konta reklamowego i tworzenia kampanii w ekosystemie Meta.



Odbiorcy szkolenia

Dla kogo jest to szkolenie?

- Marketing managerów – odpowiedzialnych za planowanie i nadzorowanie działań reklamowych na Facebooku oraz Instagramie, którym potrzebna jest aktualna wiedza dotycząca możliwości reklamowych w tej platformie.
- Specjalistów ds. PPC – chcących poznać najlepsze praktyki dotyczące targetowania oraz budżetowania przygotowywanych kampanii reklamowych.
- Właścicieli MŚP -chcących rozpocząć działania reklamowe na Facebooku oraz Instagramie oraz tych,

którzy nadzorują działania agencji w tym zakresie.



Korzyści

- Uczestnik pozna zasady funkcjonowania ekosystemu Meta oraz dowie się, jak efektywnie wykorzystywać te platformy do reklamy.
- Uczestnik nauczy się konfigurować Menedżera Reklam, tworzyć konto reklamowe, ustawiać płatności oraz zarządzać systemem aukcyjnym i kosztami reklamowymi.
- Uczestnik będzie potrafił tworzyć kampanie reklamowe z różnymi celami, dopasowanymi do potrzeb biznesu, oraz optymalizować je za pomocą narzędzi takich jak Piksel Facebooka.
- Uczestnik pozna zaawansowane metody targetowania odbiorców, w tym grupy niestandardowych i podobnych odbiorców oraz strategie retargetingu.
- Uczestnik nauczy się tworzyć przyciągające uwagę reklamy w różnych formatach, takich jak posty, karuzele, filmy i dynamiczne materiały reklamowe, zarówno na Facebooku, jak i Instagramie.
- Uczestnik będzie potrafił analizować i optymalizować kampanie za pomocą narzędzi do raportowania w Ads Managerze, w tym korzystać z filtrów, raportów i historii zmian.
- Uczestnik pozna techniki implementacji Piksela Facebooka, tworzenia zdarzeń i konwersji niestandardowych oraz będzie w stanie skutecznie wykorzystywać remarketing.
- Uczestnik nauczy się skalować kampanie, zarządzać budżetem reklamowym (CBO – Campaign Budget Optimization) oraz stosować zaawansowane taktyki reklamowe na Facebooku i Instagramie.



Program szkolenia

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.



Szkolenie obejmuje

- Dostęp do kursu przez 365 dni
- 12 modułów szkoleniowych na platformie online
- 8h materiałów szkoleniowych (video, atrykuły)
- Dyplom ukończenia szkolenia
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę
- Możliwość komentowania bezpośrednio pod daną lekcją na platformie online



Czas trwania

1 dni / 8 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski