kod szkolenia: DM-FBB / RfbPŚ_1d

Reklama na Facebooku i Instagramie - poziom podstawowy-średniozaawansowany

Szkolenie ma na celu przekazanie uczestnikom wiedzy na temat tworzenia skutecznych kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram). Uczestnicy zapoznają się z systemem reklamowym tych platform, jego podstawowymi funkcjonalnościami i ograniczeniami regulaminowymi. Szkolenie umożliwi zdobycie umiejętności związanych z wyborem celów reklamowych, tworzeniem grup docelowych, optymalizowaniem budżetów oraz analizowaniem wyników kampanii. Dodatkowo uczestnicy nauczą się tworzyć i testować reklamy, wybierać odpowiednie formaty i stosować zaawansowane opcje targetowania, takie jak remarketing i retargeting, a także analizować efektywność działań reklamowych.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie kierowane jest do:

- 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 reklamy na Facebooku i Instagramie

- Business Manager / Business Suite – omówienie funkcji i najlepszych praktyk
- Podstawowe ograniczenia regulaminowe – jak uniknąć blokady konta
- Promocja wpisów z poziomu Timeline vs Ads Manager
- Cele kampanii reklamowych i wpływ na optymalizację

2. Reklama na Facebooku i Instagramie – strategicznie

- Reklama w Meta a inne ekosystemy reklamowe – strategiczna rola Facebooka i Instagrama w kampaniach płatnych
- Umiejscowienie i formaty reklamy vs ich potencjalna skuteczność
- Struktura kampanii reklamowej w 2025 r. – najlepsze praktyki budowania konta reklamowego

3. Tworzenie kampanii reklamowych – warsztat cz. 1

- Cele kampanii reklamowych – który wybrać – scenariusze działania
- Tworzenie reklamy w Ads Managerze
- Wybór odpowiedniej grupy docelowej i konfiguracja zestawów reklam
- Dostosowanie budżetu do założonych celów

4. Tworzenie kampanii reklamowych – warsztat cz. 2

- Testy A/B
- Cechy dobrych kreacji reklamowych
- Tworzenie kampanii w nowym Ads Managerze – warsztat

5. Zaawansowane opcje targetowania

- Piksel Facebooka i API konwersji – jak skonfigurować i zamieścić Piksel na swojej stronie, wytyczne implementacyjne
- Grupy niestandardowych i podobnych odbiorców (Custom i Lookalike Audiences)
- Retargeting I remarketing na Facebooku i Instagramie

6. Analiza i optymalizacja

- Kluczowe statystyki reklam i interpretacja
- Optymalizacja kampanii, grup docelowych i reklam
- Monitorowanie i optymalizacja konwersji

Podsumowanie szkolenia i sesja Q&A

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagane jest założenie konta w serwisach: Facebook, Instagram.

Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenie wliczone są:

- Prezentacja szkoleniowa.
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę.
- Dyplom ukończenia szkolenia.

Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

- Szkolenie: polski
- Materiały: polski