kod szkolenia: DM-FBB / RfbZ_1d

Reklama na Facebooku i Instagramie - poziom zaawansowany

Szkolenie przeznaczone jest dla zespołów marketingowych i reklamowych, które posiadają już doświadczenie w prowadzeniu kampanii w ekosystemie Meta Ads (Facebook Ads, Instagram Ads) i chcą uporządkować swoją wiedzę, zoptymalizować działania oraz wdrożyć zaawansowane strategie reklamowe. Podczas warsztatu uczestnicy poznają sprawdzone techniki optymalizacji kampanii, zarządzania budżetem, analizy danych i testowania kreacji. Przeanalizują również różne modele lejków sprzedażowych i ich wpływ na skuteczność reklam. Dzięki praktycznym ćwiczeniom zespoły wyniosą konkretne rozwiązania do zastosowania w codziennej pracy.

Odbiorcy szkolenia

Szkolenie skierowane jest do zespołów zajmujących się reklamą w mediach społecznościowych, digital marketingiem i performance marketingiem, które chcą podnieść swoje kompetencje w zakresie Meta Ads. Szczególnie wartościowe dla organizacji, które regularnie prowadzą kampanie płatne i chcą poprawić ich efektywność.

Korzyści

- Lepsze zrozumienie strategii optymalizacji kampanii reklamowych na Facebooku i Instagramie.
- Umiejętność zaawansowanego targetowania, retargetingu i wykorzystania dynamicznych materiałów reklamowych.
- Praktyczna wiedza o optymalizacji budżetu, testach A/B i modelach rozliczeń.
- Skuteczniejsze zarządzanie kampaniami dzięki regułom automatycznym i narzędziom wspierającym

analitykę.
- Możliwość natychmiastowego wdrożenia nowych strategii reklamowych, co przełoży się na lepsze wyniki biznesowe.

Program szkolenia

1. Wprowadzenie i wyrównanie wiedzy

↳ Cele biznesowe i komunikacyjne a cele reklamowe – kiedy nie idą w parze?

↳ Budowanie i optymalizacja struktury kampanii i konta reklamowego – praktyczne zastosowania.

↳ Lejek sprzedażowy – dopasowanie celów i funkcji do poszczególnych etapów.

↳ Tworzenie lejka sprzedaży z uwzględnieniem celów.

↳ Optymalizacja celów reklamowych na poszczególnych etapach lejka.

2. Zarządzanie kampaniami reklamowymi

↳ Planowanie i tworzenie rozbudowanych kampanii reklamowych w nowym Menedżerze reklam.

↳ Test A/B – materiał reklamowy, umiejscowienia, grupy odbiorców i strategie optymalizacji wyświetlania.

↳ Dynamiczny materiał reklamowy a testy A/B.

↳ Strategie wykorzystania różnych form optymalizacji wyświetleń – dostosowanie do grup odbiorców i celów.

↳ Modele rozliczeń a optymalizacja – ręczna konfiguracja stawek.

↳ Optymalizacja budżetów na poziomie kampanii i zestawów reklam.

3. Zarządzanie kampaniami reklamowymi cz. 2

↳ Piksel Facebooka, Google Tag Manager, zdarzenia i zaawansowane strategie retargetingu.

↳ Katalogi produktów, remarketing dynamiczny i sposoby wykorzystania.

↳ Praktyczne strategie reklamowe na przykładach B2B i B2C.

↳ Reguły automatyczne – kiedy i czy warto je stosować.

↳ Funkcje Business Managera wspierające działania reklamowe.

4. Optymalizacja i planowanie

↳ Przydatne narzędzia do planowania kampanii.

↳ Tworzenie media planu i estymacje potencjalnych wyników.

↳ Wyznaczanie i analiza KPI.

↳ Analiza statystyk, przygotowanie raportów.

↳ Narzędzia zewnętrzne vs funkcje natywne Facebook Ads.

5. Q&A i podsumowanie szkolenia

Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Wymagana jest wiedza z w prowadzeniu kampanii w ekosystemie Meta Ads (Facebook Ads, Instagram Ads).

Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski
Materiały: polski