

# 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

analitikę.

- 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