

Reklama na Facebooku i Instagramie

Dynamiczne zmiany w ekosystemie Meta (Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network) sprawiają, że reklama w tych kanałach wymaga nie tylko podstawowej znajomości Menedżera reklam, ale także zrozumienia automatyzacji, danych własnych, nowych narzędzi oraz aktualnych trendów kreatywnych.

Szkolenie **„Reklama na Facebooku i Instagramie”** to intensywny, praktyczny warsztat online na żywo, podczas którego uczestnicy poznają aktualne zasady działania Meta Ads, nauczą się poprawnie budować kampanie, dobierać cele, targetowanie i budżety oraz analizować wyniki w oparciu o kluczowe wskaźniki.

Uczestnicy pracują na przykładach, case studies oraz w oparciu o najlepsze praktyki z branży, ucząc się krok po kroku, jak tworzyć kampanie, które realnie przekładają się na wyniki biznesowe. To idealne szkolenie dla osób, które chcą zacząć działać z Meta Ads lub uporządkować swoją dotychczasową wiedzę.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które:

- zaczynają pracę z reklamami Meta Ads i chcą nauczyć się poprawnego tworzenia kampanii,
- korzystały dotąd głównie z opcji „Promuj post” i chcą przejść na pracę w Menedżerze reklam,
- pracują w marketingu, social media, e-commerce, sprzedaży, PR lub w agencji,
- chcą lepiej zrozumieć, jak Meta Ads wpisuje się w całą strategię digital marketingu,
- potrzebują uporządkowanego procesu: od konfiguracji piksela, przez struktury kampanii, po analizę i optymalizację.

Nie jest wymagana zaawansowana wiedza techniczna – szkolenie prowadzi uczestników od absolutnych podstaw aż po samodzielne ustawienie pierwszej kampanii.

-



Korzyści

-
- rozumienie, jak działa reklama na Facebooku i Instagramie oraz jak skutecznie korzystać z Menedżera reklam.
- Umiejętność samodzielnego tworzenia kampanii — od ustawienia celu, przez wybór grupy odbiorców, aż po planowanie budżetu.
- Poznanie sposobów zbierania i wykorzystywania danych, które pomagają Meta lepiej kierować reklamy.
- Praktyczne wskazówki, jak tworzyć atrakcyjne reklamy (video, zdjęcia, Reels) i jak sprawdzić, które działają najlepiej.
- Umiejętność analizowania wyników i poprawiania kampanii tak, aby przynosiły coraz lepsze efekty.
-



Program szkolenia

1. Powitanie i wprowadzenie

- szybkie poznanie grupy
- dotychczasowe doświadczenia uczestników szkolenia z Meta Ads (boost vs menedżer)
- określenie oczekiwań i celów związanych z udziałem w szkoleniu

2. Ekosystem Meta Ads 2026

- Facebook, Instagram, Messenger, Audience Network
- Meta Business Manager / Suite – role, bezpieczeństwo, domeny
- Polityki reklamowe, treści wrażliwe, zgody w UE, AI Content Safety
- „Promuj post” vs Menedżer reklam – różnice i konsekwencje

3. Rola Meta Ads w strategii digital

- Meta vs Google / TikTok / LinkedIn
- Performance vs brand (co Meta robi najlepiej?)
- Dane własne 1st party, piksel, API – konieczność, nie opcja
- Automatyzacja jako standard: Advantage, Advantage+

4. Praktyczny warsztat – struktura kampanii od zera

- Jak poprawnie budować kampanię – na podstawie best practices i wiedzy praktyka-eksperta
- Ile kampanii, ile zestawów, unikanie „budżetowego rozdrobnienia”
- Wybór celu pod konkretne scenariusze
- Budżet, harmonogram, strategię stawek
- Szerokie targetowanie (broad) – kiedy działa najlepiej?

- Zainteresowania i zachowania – kryteria wyboru, ocena zastosowania – cases studies kampanii
- Custom Audiences
- Lookalike – jak tworzyć dobre i stabilne grupy
- Remarketing (porzucony koszyk / nieukończony formularz / IG-remarketing)
- Zapis pierwszej kampanii

5. Podstawy wprowadzenia danych do Mety

- Konfiguracja piksela Meta (najnowsze zmiany w eventach)
- Conversion API: modele wdrożeń, CMS-y, GTM
- Priorytetyzacja zdarzeń

6. Kreacja – najnowsze zmiany i trendy- Reels, UGC, AI, struktura reklamy

- Formaty reklam: Reels, Stories, Feed, karuzele, kolekcje,
- Co sprawdza się w kreacjach?
- Advantage+ Creative – co kontrolujemy, a co oddajemy algorytmowi
- Wspólna analiza przykładów kampanii

7. Analiza i optymalizacja kampanii

- Kluczowe wskaźniki (CPC, CTR, CPM, CR, CPA, ROAS)
- Własne zestawy kolumn i raportowanie
- Przekroje: placement, urządzenie, płeć/wiek, lokalizacja
- Diagnoza i omówienie najczęstszych problemów
- Jak łączyć dane z GA4 i innymi narzędziami

8. Trendy – czyli Meta Ads w ciągłej zmianie

- Trendy Meta Ads w 2026 roku
- Sesja pytan i odpowiedzi



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie.



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Szkolenie: polski

Materiały: polski