



Notebook Master  
Sp. z o.o.



## Reklamy na Facebooku - Instagram bez tajemnic - Od zera do swoich pierwszych kampanii

Numer usługi 2024/08/22/158529/2274766

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

📄 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 19.11.2024 do 20.11.2024

3 936,00 PLN brutto

3 200,00 PLN netto

246,00 PLN brutto/h

200,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorców i ich pracowników, którzy chcą nabyć wiedzę i umiejętności w zakresie reklamy w mediach z zastosowaniem Meta ADS, i wykorzystać je w ramach prowadzonej działalności gospodarczej i etatu.  Usługa również adresowana dla Uczestników Projektu "Małopolski pociąg do kariery - sezon 1"
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	10
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	16
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

## Cel

### Cel edukacyjny

Usługa "Reklamy na Facebooku - Instagram bez tajemnic - Od zera do swoich pierwszych kampanii" prowadzi do nabycia specjalistycznych kompetencji w obszarze tematycznym szkolenia (w tym do rozwoju umiejętności w obszarze TIK (ITC)

oraz kompetencji cyfrowych) oraz przygotowuje do samodzielnego i prawidłowego wykonywania obowiązków w zakresie reklamy w mediach z zastosowaniem Meta ADS.

## Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Zarządza i konfiguruje konta Meta Ads.	Konfiguruje i zarządza kontem w Business Managerze, w tym dodaje i autoryzuje fanpage'e Facebook oraz konta Instagram.	Test teoretyczny
	Tworzy i konfiguruje konta reklamowe, włącznie z ustawieniami rozliczeń i fakturami.	Test teoretyczny
Stosuje modele marketingowe.	Wyjaśnia i stosuje model EKB do analizy procesu decyzyjnego konsumentów.  Buduje i analizuje lejki sprzedażowe z wykorzystaniem modelu AIDA do maksymalizacji efektów kampanii.	Test teoretyczny  Test teoretyczny
Zarządza celami i rodzajami kampanii reklamowych.	Określa różnorodne cele reklamowe na platformie Meta i dobiera odpowiednie strategie dla każdego z nich.  Projektuje i realizuje kampanie reklamowe, od rozpoznawalności marki po sprzedaż i promocję aplikacji.	Test teoretyczny  Test teoretyczny
Określa sposób targetowania i segmentacji odbiorców.	Tworzy zaawansowane segmentacje odbiorców, w tym niestandardowe i podobne grupy odbiorców, korzystając z danych ze źródeł Meta i własnych.  Stosuje metody targetowania reklam w oparciu o lokalizację, wiek, płeć, język oraz szczegółowe dane demograficzne, zainteresowania i zachowania, z uwzględnieniem możliwości wykluczeń i zawężania grupy odbiorców.	Test teoretyczny  Test teoretyczny
Optymalizuje i analizuje kampanie reklamowe.	Analizuje dane i metryki z panelu Meta Ads, aby ocenić skuteczność kampanii i podejmować decyzje o jej optymalizacji.  Stosuje reguły automatyczne i dostosowuje kampanie na podstawie uzyskanych danych, aby zwiększyć ich efektywność i ROAS.	Test teoretyczny  Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Projektuje komunikaty reklamowe.	Projektuje i tworzy komunikaty reklamowe, które skutecznie docierają do docelowej grupy odbiorców, zwracając uwagę na język, kontekst kulturowy, oraz formaty reklamowe.	Test teoretyczny
	Korzysta z zaawansowanych technik copywritingu, aby tworzyć angażujące i przekonujące treści reklamowe.	Test teoretyczny
Stosuje narzędzia techniczne i operacyjne.	Implementuje i zarządza Pixel Meta, aby śledzić i optymalizować wyniki kampanii przez remarketing.	Test teoretyczny
	Korzysta z narzędzi takich jak Google Tag Manager do integracji i zarządzania technologiami śledzącymi na stronach internetowych.	Test teoretyczny
Zarządza budżetem reklamowym.	Podejmuje decyzje dotyczące budżetowania reklam oraz optymalizuje wydatki w celu maksymalizacji wyników kampanii.	Test teoretyczny

## Kwalifikacje

### Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

#### Warunki uznania kompetencji

**Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?**

Tak, dokument zawiera opis efektów uczenia się.

**Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?**

Tak, dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

**Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?**

Tak, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

# Program

Szkolenie skierowane jest do przedsiębiorców i ich pracowników, chcących zwiększyć zakres wiedzy i własnych umiejętności. Udział w usłudze umożliwi uczestnikowi poszerzenie wiedzy w zakresie reklamy w mediach z zastosowaniem Meta ADS.

## RAMOWY PLAN KSZTAŁCENIA:

### I. Prowadzenie działań reklamowych.

1. Cele prowadzenia działań Meta Ads.
2. Różnice pomiędzy reklamą ATL, a BTL.
3. Etapy podejmowania decyzji zakupowej (Model EKB).
4. Podstawowy framework marketingowy AIDA.
5. Persony, czym są? Jak mogą pomóc nam w pracy.
6. Możliwości Meta w kontekście celów reklamowych.

### II. Start działań reklamowych.

1. Czym jest manager firmy i jaką pełni rolę.
2. Dodawanie fanpage'y Facebook oraz kont Instagram do Business Manager?
3. Zakładanie konta reklamowe oraz konfiguracja przez Business Manager.
4. Faktury i ustawienia rozliczeń w koncie Meta Ads.
5. Dodawanie i autoryzacja domeny.
6. Źródła danych.
7. Dodawanie użytkowników do Business Manager.
8. Praca na kontach własnych oraz sprawdzenie konfiguracji.

### III. Zestawy reklamowe Meta Ads.

1. Struktura konta reklamowego Meta Ads.
2. Targetowanie reklam.
3. Jak stosować wykluczenia i zawężenia reklam.
4. Zarządzanie umiejscowieniem reklam.
5. Budżet reklamowy - Dzienny czy całkowity.

### IV. Niestandardowe oraz podobne grupy odbiorców.

1. Grupy niestandardowych odbiorców ze źródeł meta:
  - a: Czym są niestandardowe grupy odbiorców?
  - b: Niestandardowe grupy odbiorców 'inne'.
2. Podobne grupy odbiorców:
  - a: Czym są "lookalajki".
3. Ćwiczenia praktyczne:
  - a: Tworzenie grup odbiorców.
  - b. Zasadność grup odbiorców.

### V. Tworzenie niestandardowych grup odbiorców.

### VI. Remarketing z użyciem Pixela.

1. Czym jest remarketing i ten słynny Pixel Meta.
2. Implementacja Pixela Meta.
3. Zdarzenia.
4. Instalacja zdarzeń.
5. Analiza poprawności implementacji.
6. Remarketing - działanie na stronie www.

### VII. Reklamy.

1. Istota wagi komunikatu względem designu.
2. Tworzymy skuteczne komunikaty reklamowe.
3. Kreacja - dobre i złe praktyki.
4. Formaty reklamowe.
5. Tagowanie ruchu przez UTM.

## VIII. Specyficzne reklamy.

1. Kampania na pozyskiwanie obserwujących na:
  - a: Facebooku.
  - b: Instagramie.
2. Kampania na aktywność pod postami na profilach.
3. Kampania na nieaktywnych fanów.
4. Kampania na zimny ruch.

## IX. Analiza danych oraz optymalizacja.

1. Na jakie współczynniki zwracamy uwagę.
2. Jak ustawić własny widok danych w kolumnach.
3. Optymalizacja reklam.
4. Reguły automatyczne.

## X. Forum dyskusyjne.

Szkolenie trwa 16 godzin dydaktycznych i realizowane jest w kameralnych grupach, maksymalnie 10-osobowych. Każdy uczestnik realizujący kurs w formie zdalnej w czasie rzeczywistym ma możliwość otrzymania od nas (za pośrednictwem kuriera) jednostki sprzętowej. Po zakończonym kursie sprzęt zostaje odebrany przez kuriera.

Na czas trwania usługi składają się 4 godziny zajęć teoretycznych i 12 godzin zajęć praktycznych.

Przerwy nie są wliczane do czasu trwania usługi .

# Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 15</b> Prowadzenie działań reklamowych. Start działań reklamowych. (Wykłady, dyskusja, test.)	Cezary Żmuda	19-11-2024	08:45	10:15	01:30
<b>2 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	19-11-2024	10:15	10:30	00:15
<b>3 z 15</b> Zestawy reklamowe Meta Ads. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	19-11-2024	10:30	12:00	01:30
<b>4 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	19-11-2024	12:00	12:45	00:45

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>5 z 15</b> Niestandardowe oraz podobne grupy odbiorców. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	19-11-2024	12:45	14:15	01:30
<b>6 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	19-11-2024	14:15	14:30	00:15
<b>7 z 15</b> Tworzenie niestandardowych grup odbiorców. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	19-11-2024	14:30	16:00	01:30
<b>8 z 15</b> Remarketing z użyciem Pixela. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	20-11-2024	08:45	10:15	01:30
<b>9 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	20-11-2024	10:15	10:30	00:15
<b>10 z 15</b> Reklamy. Specyficzne reklamy. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	20-11-2024	10:30	12:00	01:30
<b>11 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	20-11-2024	12:00	12:45	00:45
<b>12 z 15</b> Analiza danych oraz optymalizacja. (Wykłady, dyskusja, ćwiczenia.)	Cezary Żmuda	20-11-2024	12:45	14:15	01:30
<b>13 z 15</b> Przerwa.	Cezary Żmuda	20-11-2024	14:15	14:30	00:15
<b>14 z 15</b> Forum dyskusyjne. (Wykłady, dyskusja, test.)	Cezary Żmuda	20-11-2024	14:30	15:30	01:00
<b>15 z 15</b> Walidacja.	-	20-11-2024	15:30	16:00	00:30

# Cennik

## Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 936,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	3 200,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	246,00 PLN
Koszt osobogodziny netto	200,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Cezary Żmuda

Właściciel agencji marketingowo-sofwarowej adRespect.

Współpraca z liderami wielu branż w obszarze reklam efektywnościowych, analityki, social media, grafiki oraz działań programistycznych.

Manager w firmie Aob Consulting - planowanie i wdrażanie strategii działań w obszarze marketingu efektywnościowego prowadząc kampanie lead generation na platformach Meta oraz Google.

Prowadzenie szkoleń na platformach Facebook i Instagram.

Realizacja szkoleń z strategii działań w Social Media.

Content Marketingu w działaniach performance.

Szkolenie z Reklamy Google Ads dla e-commerce i usług.

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Całość opracowanych materiałów jest autorska i składa się z: opisów, schematów, zdjęć. Po zakończeniu kształcenia wszyscy uczestnicy otrzymują materiały w formie skryptu dotyczące całości przekazywanej wiedzy.

Każdy uczestnik realizujący kurs w formie zdalnej w czasie rzeczywistym ma możliwość otrzymania od nas (za pośrednictwem kuriera) jednostki sprzętowej. Po zakończonym kursie sprzęt zostaje odebrany przez kuriera.

### Informacje dodatkowe

Faktura za usługę rozwojową podlega zwolnieniu z VAT dla osób korzystających z dofinansowania powyżej 70%.

Szkolenie łącznie trwa 16 godzin dydaktycznych, w godzinach od 8:45 do 16:00.

Harmonogram uwzględnia łączną liczbę godzin szkolenia, jako 14:30 godzin zegarowych, ponieważ uwzględnia również przerwy pomiędzy poszczególnymi blokami zajęć (I przerwa - 15 min, II przerwa - 45 min, III przerwa 15 min / 1 dzień).

Pierwsza przerwa zaczyna się 10:15 i kończy 10:30.

Druga przerwa zaczyna się 12:00 i kończy 12:45.

Trzecia przerwa zaczyna się 14:15 i kończy 14:30.

Szkolenie rozpoczyna się pre-testem weryfikującym początkową wiedzę uczestnika usługi rozwojowej i zakończone jest wewnętrznym egzaminem (post-test) weryfikującym i potwierdzającym pozyskaną wiedzę, pozytywne jego zaliczenie honorowane jest certyfikatem potwierdzającym jego ukończenie i uzyskane efekty kształcenia.

## Warunki techniczne

Warunki techniczne niezbędne do udziału w usłudze:

- Do połączenia zdalnego w czasie rzeczywistym pomiędzy uczestnikami, a trenerem służy program "Zoom Client for Meetings" (do pobrania ze strony <https://zoom.us/download>).
- Komputer/laptop z kamerką internetową z zainstalowanym klientem Zoom, minimum dwurdzeniowy CPU o taktowaniu 2 GHz.
- Mikrofon i słuchawki (ewentualnie głośniki).
- System operacyjny MacOS 10.7 lub nowszy, Windows 7, 8, 10, Linux: Mint, Fedora, Ubuntu, RedHat.
- Przeglądarkę internetową: Chrome 30 lub nowszy, Firefox 27 lub nowszy, Edge 12 lub nowszy, Safari 7 lub nowsze.
- Dostęp do internetu. Zalecane parametry przepustowości łącza: min. 5 Mbps - upload oraz min. 10 Mbps - download, zarezerwowane w danym momencie na pracę zdalną w czasie rzeczywistym. Umożliwi to komfortową komunikację pomiędzy uczestnikami, a trenerem.
- Link umożliwiający dostęp do szkolenia jest aktywny przez cały czas jego trwania, do końca zakończenia danego etapu szkolenia. Każdy uczestnik będzie mógł użyć go w dowolnym momencie trwania szkolenia.

## Kontakt



**Artur Kowalewski**

**E-mail** szkolenia@notebookmaster.pl

**Telefon** (+48) 573 436 635