

DIGITALK Artur
Jabłoński

★★★★★ 5,0 / 5

5 ocen

Skuteczna Reklama na Facebooku i Instagramie

Numer usługi 2025/06/26/178714/2839304

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 16.10.2025 do 17.10.2025

2 324,70 PLN brutto

1 890,00 PLN netto

193,73 PLN brutto/h

157,50 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

Szkolenie jest skierowane do specjalistów ds. marketingu, właścicieli firm i e-commerce, freelancerów, agencji marketingowych oraz osób początkujących w reklamie na Facebooku i Instagramie. Uczestnicy nauczą się skutecznego planowania, optymalizacji i analizy kampanii reklamowych.

Dla kogo?

- Marketerzy i media buyerzy chcący poprawić wyniki kampanii.
- Przedsiębiorcy i sklepy internetowe zwiększające sprzedaż online.
- Freelancerzy i konsultanci rozwijający ofertę usług reklamowych.
- Agencje marketingowe zarządzające budżetami klientów.
- Osoby początkujące, które chcą opanować reklamy w Meta Ads.

Szkolenie obejmuje praktyczne ćwiczenia i strategie, które pozwolą na natychmiastowe wdrożenie zdobytej wiedzy w działaniach reklamowych.

Minimalna liczba uczestników

2

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

13-10-2025

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

12

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Uczestnicy nauczą się skutecznego planowania, optymalizacji i analizy kampanii reklamowych na Facebooku i Instagramie. Poznają metody targetowania, dobór formatów reklamowych oraz optymalizację budżetu. Opanują tworzenie skutecznych kreacji i copy, a także interpretację danych w Menedżerze Reklam. Dowiedzą się, jak unikać najczęstszych błędów i zwiększyć skuteczność reklam. Szkolenie obejmuje praktyczne ćwiczenia, pozwalające na natychmiastowe wdrożenie zdobytej wiedzy.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Konfiguracja konta reklamowego	Uczestnik potrafi dobrać odpowiedni cel kampanii do potrzeb biznesowych.	Test teoretyczny
Targetowanie i segmentacja odbiorców	Uczestnik potrafi odpowiednio dobrać grupę odbiorców.	Test teoretyczny
Optymalizacja kampanii w oparciu o wyniki	Uczestnik zna kluczowe wskaźniki efektywności (KPI)	Test teoretyczny
Strategie skalowania kampanii	Uczestnik zna sposoby skalowania 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

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

TAK

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

TAK

Program

DZIEŃ 1

Pierwsze kroki z reklamą na Facebooku

- ➔ Jak uruchomić podstawową reklamę na Facebooku - promowanie postów - i kiedy warto to robić.
- ➔ Fakty i mity na temat reklamy na Facebooku.
- ➔ Panel reklamowy na Facebooku (Menadżer reklam/Ads Manager) - jak działa (omówienie struktury i funkcji).
- ➔ Ustawienia konta, rozliczenia, metody płatności, faktury i inne elementy organizacyjne.
- ➔ Manager Firmy na Facebooku (Facebook Business Manager) - co to jest i kiedy warto z niego korzystać.
- ➔ Co wolno, a czego nie wolno reklamować na FB i czy da się obejść zakazy?

Cele reklamowe na Facebooku

- ➔ Omówienie struktury kampanii reklamowych na Facebooku (Cele - Zestawy Reklam - Reklamy).
- ➔ Czym są cele reklamowe? Szczegółowe omówienie każdego z nich wraz z przykładami użycia.
- ➔ Kiedy korzystać z którego celu reklamowego - konkretne instrukcje działania.
- ➔ Wybór celu a optymalizacja reklam - omówienie działania algorytmu stojącego za reklamami na Facebooku.

Grupy docelowe na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak dobierać budżet reklamy na Facebooku - ile właściwie trzeba na nią wydawać?
- ➔ Wpływ wielkości budżetu na ustawienia reklamy na Facebooku i Instagramie - czym się kierować, gdy dysponujemy mniejszymi lub większymi środkami.
- ➔ Lokalizacja - czy kierować reklamę na całą Polskę i konkretne miasta?
- ➔ Dobieranie zainteresowań. Ile i które wybrać? Skąd brać pomysły na targetowanie?

Niestandardowe grupy odbiorców

- ➔ Czym są grupy niestandardowe i podobne oraz kiedy ich używać, a kiedy unikać.
- ➔ Tworzenie grup niestandardowych opartych o aktywnych użytkowników profilu na Facebooku bądź Instagramie.
- ➔ Omówienie sprawdzonych grup niestandardowych i podobnych - od baz mejlowych po wysłane formularze kontaktowe na stronie internetowej.
- ➔ Jak docierać na Facebooku do przedsiębiorców i grup docelowych firm B2B?
- ➔ Jak kierować reklamę do osób majątnych?
- ➔ Jak konfigurować reklamy, gdy mamy na nie do wydania kilkaset złotych, a jak gdy są to tysiące lub dziesiątki tysięcy?

Remarketing na Facebooku i Instagramie

- ➔ Czym jest, jak działa i do czego służy piksel Facebooka?
- ➔ Jak zainstalować piksel Facebooka - omówienie 3 dostępnych sposobów?
- ➔ Jak uruchomić remarketing na Facebooku i jakie są jego rodzaje?
- ➔ Jak dotrzeć do osób, które były na naszej stronie internetowej, oglądały nasze filmy czy są aktywne na profilu na Instagramie?
- ➔ Czym są grupy podobnych odbiorców i jak je wykorzystać w swoich kampaniach?

Tworzenie reklamy krok po kroku

- ➔ Uruchamianie reklamy na Facebooku krok po kroku.

- ➔ Najczęstsze błędy i jak ich unikać.
- ➔ Skuteczne grafiki – czyli jakie (przykłady, wzory).
- ➔ Jak pisać teksty reklam, by angażować i sprzedawać
- ➔ Przykłady gotowej struktury dla Twojego konta reklamowego do wdrożenia po szkoleniu

DZIEŃ 2

Najnowsze zmiany i opcje reklamowe na Facebooku i Instagramie

Omówienie nowych funkcji, metod targetowania i ograniczeń, który Facebook oraz Instagram wprowadził w ostatnich tygodniach i zamierza wprowadzić w najbliższych miesiącach.

Na ten moment skupiamy się na:

1. Nowym podziale celów reklamowych
2. API konwersji
3. Konsekwencjach iOS dla mierzenia i optymalizacji

Analiza reklam na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak czytać raporty reklamowe na Facebooku.
- ➔ Jak podglądać reklamy konkurencji.
- ➔ Które wskaźniki na Facebooku mają znaczenie, a które można spokojnie pominąć.
- ➔ Mierzenie skuteczności kampanii za pomocą linków UTM.
- ➔ Facebook kontra Google Analytics. Różnice w raportach - z czego wynikają i jak sobie z tym poradzić?
- ➔ Tworzenie własnych wskaźników bezpośrednio w managerze reklam - między innymi współczynnik konwersji czy urealniony ROAS.

Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie

- ➔ Jak i kiedy wprowadzać zmiany w kampaniach na Facebooku i Instagramie?
- ➔ Wykluczenia - w jaki sposób i dlaczego operować nimi w kampaniach.
- ➔ Automatyzacja działań na Facebooku - reguły automatyczne i rozwiązania zewnętrzne.
- ➔ Grupowanie zainteresowań, stawki ręczne i inne nietypowe rozwiązania, sztuczki i luki w systemie, które zwiększają wyniki na FB i IG.

Zaawansowany Remarketing na Facebooku i Instagramie

- ➔ Zaawansowane konfiguracje remarketingu.
- ➔ Tworzenie grup docelowych w oparciu o: czas na stronie, odwiedzone podstrony, częstotliwość wizyty czy konkretne kliknięte reklamy i ich sekwencje - ćwiczenia praktyczne.
- ➔ Jak docierać do cudzych grup odbiorców?

Narzędzia zewnętrzne i zaawansowane techniki

AdEspresso, ROI Hunter, Leadza i wiele innych – przegląd interesujących opcji i możliwości konfiguracji reklam z wykorzystaniem narzędzi zewnętrznych. Czy i kiedy warto z nich korzystać?

Scenariusze wdrożeniowe i lejki sprzedażowe

Wspólnie z uczestnikami pracujemy nad gotowymi rozwiązaniami dla ich biznesu. Omawiamy sprawdzone rozwiązania do różnych typów kampanii – od pozyskiwania fanów przez zwiększanie zaangażowania po konwersje.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 324,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 890,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	193,73 PLN
Koszt osobogodziny netto	157,50 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Artur Jabłoński

Jestem przedsiębiorcą, konsultantem i edukatorem. Założyłem i prowadzę firmę doradczo-szkoleniową Suasio oraz agencję marketingową digitalk. Prowadzę szkolenia, doradzam i realizuję kampanie dla firm i instytucji. Na sali szkoleniowej spędziłem już ponad 6 tysięcy godzin.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu otrzymasz:

- certyfikat ukończenia kursu
- dostęp do kursu online Artura Jabłońskiego - Skuteczna Reklama na Facebooku i Instagramie
- materiały po szkoleniu w formie prezentacji
- dostęp do zamkniętej grupy na Facebooku, dostępnej tylko dla uczestników szkoleń, gdzie zawsze będzie można konsultować swoje działania

Adres

ul. Tytusa Chałubińskiego 8
00-613 Warszawa
woj. mazowieckie

Należy zgłosić się do recepcji budynku. Dalej zostaniecie pokierowani na odpowiednie piętro i numer sali szkoleniowej.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Klimatyzacja
- Wi-fi

Kontakt



Agnieszka Kubasiewicz

E-mail kontakt@digitalk.pl

Telefon (+48) 601 304 784