



DIGITALK Artur
Jabłoński

★★★★★ 4,9 / 5

21 ocen

Szkolenie Facebook Ads | Szkolenie Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie + AI Twórz reklamy na Facebooku i Instagramie, które angażują i sprzedają.

Numer usługi 2025/12/05/178714/3193606

📍 Warszawa / stacjonarna

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 11.03.2026 do 12.03.2026

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

1

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

09-03-2026

Forma prowadzenia usługi

stacjonarna

Liczba godzin usługi

12

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do samodzielnego planowania, tworzenia, zarządzania i optymalizacji płatnych kampanii reklamowych w ekosystemie Meta (Facebook i Instagram). Po jej ukończeniu uczestnik będzie gotowy do obsługi Menedżera Reklam w celu efektywnego docierania do grup docelowych i realizacji konkretnych celów biznesowych, takich jak generowanie sprzedaży czy pozyskiwanie kontaktów.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Efekt uczenia się: Uczestnik planuje i konfiguruje kampanię reklamową w Menedżerze Reklam, dobierając ustawienia do założonych celów biznesowych.	Dobiera cel reklamowy (np. ruch, konwersje, pozyskanie kontaktów) adekwatny do przedstawionego scenariusza biznesowego.	Test teoretyczny
	Definiuje i konfiguruje grupy odbiorców (podstawowe, niestandardowe na podstawie Piksela Meta, podobne) w oparciu o charakterystykę produktu i grupy docelowej.	Test teoretyczny
	Określa budżet oraz wybiera umiejscowienia reklamy (np. Aktualności na Facebooku, Instagram Stories) odpowiednie dla celu kampanii i formatu kreacji.	Test teoretyczny
Uczestnik tworzy kompletne kreacje reklamowe zgodne z dobrymi praktykami i zasadami reklamowymi platform Meta.	Redaguje teksty reklamowe (nagłówki, treść główna, wezwanie do działania), stosując zasady skutecznego copywritingu.	Test teoretyczny
	Dobiera formaty reklamowe (np. pojedynczy obraz, karuzela, wideo) adekwatne do wybranego umiejscowienia i celu kampanii.	Test teoretyczny
	Weryfikuje zgodność przygotowanej reklamy z kluczowymi zasadami reklamowymi Meta w celu minimalizacji ryzyka jej odrzucenia.	Test teoretyczny

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik analizuje wyniki i optymalizuje działające kampanie reklamowe w celu poprawy ich efektywności.	Interpretuje kluczowe wskaźniki efektywności (m.in. CTR, CPC, ROAS, koszt za wynik) w raportach Menedżera Reklam.	Test teoretyczny
	Podejmuje decyzje optymalizacyjne (np. modyfikacja grupy odbiorców, zmiana kreacji, alokacja budżetu) w oparciu o wnioski z analizy danych.	Test teoretyczny
	Proponuje metody skalowania kampanii (pionowe lub poziome) adekwatne do jej wyników i dostępnego budżetu.	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

Dla kogo jest to szkolenie:

- **Pracownicy działów marketingu** Osoby odpowiedzialne za promocję w mediach społecznościowych, które chcą usystematyzować wiedzę, poznać zaawansowane techniki i zoptymalizować wydawane budżety.
- **Przedsiębiorcy oraz właściciele małych i średnich firm** Właściciele, którzy sami zarządzają marketingiem lub chcą lepiej rozumieć i kontrolować działania zlecane agencjom zewnętrznym.
- **Specjaliści e-commerce i właściciele sklepów internetowych** Osoby, dla których reklama w systemie Meta jest kluczowym kanałem pozyskiwania klientów i generowania sprzedaży.
- **Freelancerzy i osoby prowadzące własną działalność** Profesjonaliści, którzy chcą samodzielnie promować swoje usługi i budować markę osobistą w mediach społecznościowych.
- **Osoby początkujące** Wszyscy, którzy dopiero zaczynają swoją przygodę z płatnymi reklamami na Facebooku i Instagramie i chcą uniknąć kosztownych błędów na starcie.

W skrócie, jest to szkolenie dla każdego, kto chce **praktycznie nauczyć się**, jak tworzyć reklamy, które przynoszą realne efekty biznesowe, takie jak sprzedaż czy pozyskiwanie klientów.

Usługa prowadzona jest w trybie godzin zegarowych. (1h = 60 minut)

Liczba godzin teoretycznych 6, liczba godzin praktycznych 6. Przerwy nie wliczają się w czas trwania usługi szkoleniowej. Jednak w czasie trwania szkolenia godzina będzie przeznaczona na przerwy: kawowe oraz jedna dłuższa na obiad, łącznie przerwy nie przekroczą czasu trwania 60 min - każdego dnia)

Na koniec szkolenia uczestnicy otrzymają testy, do oceny zdobytej wiedzy. Następnie testy zostaną sprawdzone i ocenione przez osobę prowadzącą walidację. Testy zostaną przekazane przez prowadzącego szkoleniem, następnie zebrane i przekazane do oceny. Wyniki zostaną przekazane w odrębnym emailu. Zdany test teoretyczny uprawnia do wystawienia i przesłania certyfikatu. Uczestnik musi zdobyć 75% prawidłowych odpowiedzi.

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 dobrać 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
- ➔ Polecane narzędzia AI do tworzenia grafik reklamowych
- ➔ Testujemy gotowe prompty do tworzenia tekstów reklam na Facebooku

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.
- ➔ Jakie narzędzia AI sprawdzają się do analizy danych z panelu reklamowego Facebooka?

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 i rozwiązania oparte o sztuczną inteligencję towarzyszą nam praktycznie w każdym module podczas obu dni szkoleniowych. Podczas tej części dnia drugiego skupiamy się już wyłącznie na nich.

Podczas tego modułu dowiesz się m.in:

- czy istnieją dedykowane narzędzia AI do reklam Meta? Które z nich są warte uwagi, a które to strata czasu i pieniędzy?
- Agenci AI w reklamach na Facebooku i Instagramie – czy jest sposób, by reklamy robiły (wyklikiwały) się same?
- Jak tworzyć spójne wizualnie, dopasowane do Twojej marki kreacje graficzne i wideo do reklam na Facebooku i Instagramie, po których nie widać, że tworzyła je sztuczna inteligencja?
- Jak zachować spójność językową i wizualną w materiałach tworzonych z pomocą AI?
- Jak analizować działania konkurencji i zbadać własną grupę docelową z pomocą AI?
- Narzędzia AI dedykowane reklamom i działaniom e-commerce.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 12

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 12 Pierwsze kroki z reklamą na Facebooku [praktyka]	Artur Jabłoński	11-03-2026	10:00	10:45	00:45
2 z 12 Cele reklamowe na Facebooku	Artur Jabłoński	11-03-2026	10:45	11:50	01:05
3 z 12 Grupy docelowe na Facebooku i Instagramie	Artur Jabłoński	11-03-2026	12:00	13:00	01:00
4 z 12 Niestandardowe grupy odbiorców [praktyka]	Artur Jabłoński	11-03-2026	13:45	14:45	01:00
5 z 12 Remarketing na Facebooku i Instagramie [praktyka]	Artur Jabłoński	11-03-2026	14:45	15:55	01:10
6 z 12 Tworzenie reklamy krok po kroku [praktyka]	Artur Jabłoński	11-03-2026	16:00	17:00	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
7 z 12 Najnowsze zmiany i opcje reklamowe na Facebooku i Instagramie	Artur Jabłoński	12-03-2026	09:00	09:30	00:30
8 z 12 Analiza reklam na Facebooku i Instagramie	Artur Jabłoński	12-03-2026	09:30	10:30	01:00
9 z 12 Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie [praktyka]	Artur Jabłoński	12-03-2026	10:35	11:45	01:10
10 z 12 Zaawansowany Remarketing na Facebooku i	Artur Jabłoński	12-03-2026	11:45	12:45	01:00
11 z 12 Sztuczna inteligencja (AI) w reklamie na Facebooku i Instagramie	Artur Jabłoński	12-03-2026	13:40	15:45	02:05
12 z 12 Walidacja	-	12-03-2026	15:45	16:00	00:15

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. Prowadzę szkolenia od ponad 10 lat, jestem certyfikowanym trenerem z ramienia Meta. Na bieżąco uczę się i przekazuję wiedzę o nowościach jakie Meta wprowadza do swojego środowiska reklamowego.

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

Informacje dodatkowe

Podczas szkolenia uczestnikom przysługuje przerwa obiadowa, uwzględniona w harmonogramie. Przerwy nie są wliczone do czasu trwania szkolenia.

Czas trwania usługi to 12H zegarowych. 1h to 60 minut

Grupa szkoleniowa będzie liczyć maksymalnie 20 uczestników.

Prowadzący szkolenie kształcą się i zdobywają wiedzę na bieżąco. Nie są to kompetencje zdobyte ponad 5 lat temu i przekazywane dalej, ale aktualna wiedza, poparta doświadczeniem.

Szkolenie ma formę wykładów, które potem ćwiczone są warsztatowo. Każdy uczestnik przeprowadza ćwiczenia na komputerze i prawdziwym koncie reklamowym.

Frekwencja potwierdzana na jest na podstawie listy obecności. Aby ukończyć szkolenie uczestnik musi mieć 100% frekwencji.

Nie ma określonych warunków niezbędnych do zdobycia kwalifikacji /kompetencji.

Łącznie ćwiczeń praktycznych będzie ok 6h.

Podstawa prawna do zwolnienia z podatku VAT: zgodnie z treścią art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11.03.2004r.o podatku od towarów i usług (Dz.U. 2011.177.1054 z

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