



Marketing Online -  
Piotr Guziur

★★★★★ 4,6 / 5

135 ocen

## Meta Ads: Jak skalować biznes i obniżyć koszty krok po kroku (forma zdalna)

Numer usługi 2026/03/12/16416/3400519

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 6 h

📅 17.06.2026 do 17.06.2026

1 217,70 PLN brutto

990,00 PLN netto

202,95 PLN brutto/h

165,00 PLN netto/h

187,50 PLN cena rynkowa ⓘ

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<ul style="list-style-type: none"> <li>Osoby chcące podejmować właściwe strategiczne decyzje dotyczące wykorzystania Meta Ads oraz efektywnie koordynować współpracę z agencjami zewnętrznymi,</li> <li>Osoby chcące efektywnie zarządzać budżetem reklamowym w Meta Ads i dowiedzieć się jak ustawić budżet i uniknąć przepalania pieniędzy,</li> <li>Osoby chcące mierzyć realny wpływ finansowy kampanii Meta Ads na Twoją firmę i podejmować kluczowe decyzje biznesowe na podstawie twardych danych,</li> <li>Osoby nadzorujące podwykonawców.</li> </ul> <p>Usługa również adresowana dla uczestników projektu Kierunek Kariera Zawodowa</p> <p>Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	15-06-2026
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	6
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

# Cel

## Cel edukacyjny

Szkolenie Meta Ads: Jak skalować biznes i obniżyć koszty krok po kroku - przygotowuje do właściwego podejmowania strategicznych decyzji marketingowych w obszarze zarządzania ekosystemem Meta Ads. Przygotowuję do samodzielnego świadczenia usług z zakresu zarządzania zespołem specjalistów social media oraz przygotowywania długofalowych strategii marketingowych, opartych o analizę danych konta i kampanii Meta Ads.

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

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posiada wiedzę o działalności marketingowej na Facebooku i Instagramie. Uczestnik skutecznie podejmuje strategiczne decyzje dotyczące wykorzystania Meta Ads	-Uczestnik identyfikuje wyniki kampanii, charakteryzuje błędy oraz omawia sposób ich poprawy, -Uczestnik zarządza kampaniami na poziomie strategicznym, -Uczestnik interpretuje statystyki Facebooka	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Uczestnik potrafi efektywnie zarządzać budżetem reklamowym w Meta Ads, minimalizując koszty i maksymalizując rentowność	- Uczestnik potrafi prawidłowo ustawić budżet kampanii (rozdzielając ABO/CBO w zależności od strategii) oraz zidentyfikować i unikać typowych błędów prowadzących do przepalania budżetu. - Uczestnik przedstawia plan skalowania kampanii z zachowaniem rentowności oraz potrafi ustalać priorytety wydatków reklamowych.	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Uczestnik analizuje opłacalność inwestycji w Meta Ads w kontekście strategii biznesowej firmy	- Uczestnik potrafi zidentyfikować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla Meta Ads, - ocenić potencjalny ROI kampanii oraz porównać efektywność Meta Ads z innymi kanałami marketingowymi w konkretnym scenariuszu biznesowym. - Uczestnik rozumie, kiedy i dlaczego inwestycja w Meta Ads jest uzasadniona dla skalowania biznesu.	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny

## 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 rozdzielanie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

## Program

### Meta Ads: Jak skalować biznes i obniżyć koszty krok po kroku

9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom

9:30 - 10:30 Meta Ads a strategia biznesowa – czy to się opłaca?

#### Meta Ads w strategii biznesowej firmy:

- Meta Ads jako narzędzie skalowania biznesu: kiedy warto inwestować?
  - Porównanie Meta Ads do innych kanałów marketingowych (Google Ads, LinkedIn, TikTok)

#### Badanie efektywności kampanii w Meta Ads:

- Jak mierzyć realny wpływ reklam na wyniki firmy?

10:30 - 10:45 Przerwa

10:45 - 12:00 Strategia Meta Ads dopasowana do ścieżki klienta

#### Lejek sprzedażowy w Customer Journey:

- Lejek sprzedażowy a dopasowanie reklam: jak tworzyć skuteczne kampanie dla różnych etapów customer journey?

#### Prowadzenie sprzedaży w Meta Ads:

- Jak Meta Ads może wspierać sprzedaż B2B i B2C?

#### Strategia reklamowa:

- Jak budować długoterminową strategię reklamową zamiast pojedynczych kampanii?

12:00 - 12:45 Przerwa

12:45 - 13:45 Analiza i optymalizacja kampanii dla CEO – jak podejmować lepsze decyzje?

#### Analityka kampanii i wskaźniki efektywności:

- Kluczowe wskaźniki efektywności reklam – jak analizować ROAS, CAC, LTV?
- Google Analytics 4 vs Meta Ads Manager – jak łączyć dane dla pełnego obrazu?

#### Raportowanie kampanii:

- Jakie raporty powinni regularnie analizować właściciele firm i managerowie?

#### Automatyzacja kampanii z wykorzystaniem AI:

- Automatyzacja analiz – jak AI pomaga w optymalizacji kampanii?

13:45 - 14:45 Efektywne zarządzanie budżetem reklamowym – jak ustawić budżet i uniknąć przepalania pieniędzy?

#### Ustawienia budżetu kampanii:

- Jak ustawić budżet kampanii: ABO vs CBO – co działa lepiej w różnych strategiach?

- Jak unikać błędów, które powodują wysokie koszty reklam?

#### Skalowanie i optymalizacja rentowności:

- Skalowanie kampanii – jak zwiększać budżet, nie tracąc rentowności?
  - Jak ustalać priorytety w budżecie reklamowym?

14:45 - 15:15 Przerwa

15:15 - 16:00 Zaawansowane targetowanie i personalizacja reklam

#### Jak docierać do kluczowych klientów:

- Jak docierać do kluczowych klientów w B2B i B2C?
- Lookalike Audiences vs First-Party Data – jak lepiej segmentować klientów?
- Retargeting i remarketing – jak skutecznie przypominać się klientom?

16:00 - 16:45 Skalowanie kampanii Meta Ads – jak przejść na wyższy poziom?

#### Zaawansowane strategie maksymalizacji rentowności kampanii:

- Jakie strategie stosują firmy wydające miliony na reklamy w Meta?
- Jakie formaty reklam najlepiej sprawdzają się na różnych etapach kampanii?
- Automatyczne kampanie Advantage+ – czy warto z nich korzystać?
- Jak AI i automatyzacja mogą pomóc w zwiększaniu skuteczności reklam?

16:45 - 17:00 Walidacja

#### Zalety:

Szkolenie realizowane jest na żywo w czasie rzeczywistym:

- Interaktywna platforma
- Chat do komunikacji
- Udostępnianie ekranu
- Materiały w formie elektronicznej

Podczas szkolenia uczestnik ma dostęp do:

- zestawu praktycznych ćwiczeń realizowanych pod kierunkiem doświadczonego trenera, które pozwalają na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności
- przykładów prawidłowych i nieprawidłowych działań, wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności

Czas trwania usługi liczony jest w godzinach zegarowych, gdzie jedna godzina zajęć odpowiada 60 minutom.

## Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<div style="background-color: #e91e63; color: white; padding: 2px; display: inline-block; font-weight: bold;">1 z 10</div> Meta Ads w strategii biznesowej firmy - badanie efektywności kampanii w Meta Ads oraz jak mierzyć realny wpływ reklam	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>2 z 10</b> Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	10:30	10:45	00:15
<b>3 z 10</b> Strategia Meta Ads dopasowana do ścieżki klienta: Lejek sprzedażowy w Customer journey, Prowadzenie sprzedaży w Meta Ads, Strategia reklamowa	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	10:45	12:00	01:15
<b>4 z 10</b> Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	12:00	12:45	00:45
<b>5 z 10</b> Analiza i optymalizacja kampanii dla CEO: Analityka kampanii i wskaźniki efektywności, Raportowanie kampanii, Automatyzacja kampanii z wykorzystaniem AI	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	12:45	13:45	01:00
<b>6 z 10</b> Efektywne zarządzanie budżetem reklamowym: Ustawienia budżetu kampanii, Skalowanie i optymalizacja rentowności	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	13:45	14:45	01:00
<b>7 z 10</b> Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	14:45	15:15	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<span>8 z 10</span> Zaawansowane targetowanie i personalizacja reklam: Jak docierać do kluczowych klientów	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	15:15	16:00	00:45
<span>9 z 10</span> Skalowanie kampanii Meta Ads: Zaawansowane strategie maksymalizacji rentowności kampanii	Klaudia Zbrzeźniak	17-06-2026	16:00	16:45	00:45
<span>10 z 10</span> Walidacja	-	17-06-2026	16:45	17:00	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 217,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	990,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	202,95 PLN
Koszt osobogodziny netto	165,00 PLN

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

### Klaudia Zbrzeźniak

Marketing internetowy to jej pasja. Lubi rozwijać się w tym obszarze i podążać za coraz to nowszymi zmianami. Swoją przygodę w tej branży rozpoczęła od pracy przy małym e-commerce, gdzie stopniowo wdrażała się w ekosystem Facebooka oraz Google'a.

Prowadziła strony różnych firm w mediach społecznościowych i wspólnie z klientami ustalała

strategię marketingową. W branży pracuje już blisko 4 lata.

Budowa odpowiedniej strategii marketingowej, zgodnie z customer journey, to coś co lubi robić na co dzień. Przygotowane techniki wdraża w kampaniach reklamowych wielu klientów. Kluczem do osiągnięcia sukcesu w social mediach jest nie tylko dobór odpowiedniej grupy docelowej, ale i zastosowanie trafnej komunikacji oraz ciekawej kreacji. szkolenia@marketingonline.pl 533 233 930

## Informacje dodatkowe

### Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po ukończeniu szkolenia każdy Uczestnik otrzyma dostęp do Akademii Marketing Online, a tam do przeglądania materiałów ze szkolenia:

- Prezentacje szkoleniowe z linkami do artykułów/danych/publikacji/książek polsko- i obcojęzycznych dotyczących prezentowanych zagadnień
- Nagrania ze szkolenia na żywo
- Szkolenie w formie e-learning z Podstaw Marketingu w Internecie z interaktywnymi quizami

### Informacje dodatkowe

**W przypadku dofinansowania w conajmniej 70% wartości pełnej kwoty za szkolenie, wystawiamy fakturę zwolnioną z VATu. Jeżeli dofinansowanie jest niższe niż 70%, do podanej kwoty doliczamy podatek VAT w wysokości 23%.**

Szkolenie prowadzone na żywo, w czasie rzeczywistym.

Szkolenie prowadzone jest w wymiarze - 80% teoretycznym, 20% praktycznym.

Dostęp do prezentacji oraz innych materiałów online.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

**W związku z posiadaniem przez nas znakiem jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno - Szkoleniowych (MSUES 2.0) mają Państwo możliwość składania do WUP Kraków (Centrum Zapewniania Jakości Kształcenia) informacji o niskiej jakości usług, niezgodności działalności instytucji z wymaganiami MSUES osobiście, telefonicznie lub mailowo na adres: [jakosc@wup-krakow.pl](mailto:jakosc@wup-krakow.pl)**

## Warunki techniczne

**Szkolenie prowadzone w formie online za pośrednictwem platformy Zoom. Aby uczestniczyć w szkoleniu każdy uczestnik musi przygotować we własnym zakresie odpowiedni sprzęt, który zapewni możliwość uzyskania odpowiednich efektów uczenia się:**

- PC, laptop lub telefon komórkowy z łączem internetowym (stałe lub mobilne 3G lub 4G/LTE)
- System operacyjny: macOS X z macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10, Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z SP1 lub dedykowana aplikacja mobilna z AppStore lub GooglePlay
- Wbudowany mikrofon/zestaw słuchawkowy dla osób chcących zadawać pytania głosowo (nie przez chat)
- przeglądarka internetowa Chrome lub FireFox
- mikrofon i kamera na potrzeby ewentualnego monitoringu usługi zdalnej.

## Kontakt

**Paulina Wilk**

**E-mail** [szkolenia@marketingonline.pl](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)

**Telefon** (+48) 533 233 930

