



Szkolenie Facebook Ads - Skuteczna reklama na Facebooku i Instagramie + AI

Numer usługi 2026/04/08/178714/3472374

2 324,70 PLN brutto

1 890,00 PLN netto

193,73 PLN brutto/h

157,50 PLN netto/h

250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

DIGITALK Artur
Jabłoński

★★★★★ 4,9 / 5

33 oceny

📍 Warszawa

🏠 Usługa szkoleniowa

📄 stacjonarna

🕒 12:00 h

📅 24.06.2026 do 25.06.2026

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

25

Data zakończenia rekrutacji

22-06-2026

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 z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Definiuje i konfiguruje grupy odbiorców (podstawowe, niestandardowe na podstawie Piksela Meta, podobne) w oparciu o charakterystykę produktu i grupy docelowej. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| Uczestnik tworzy kompletne kreacje reklamowe zgodne z dobrymi praktykami i zasadami reklamowymi platform Meta. | Określa budżet oraz wybiera umiejscowienia reklamy (np. Aktualności na Facebooku, Instagram Stories) odpowiednie dla celu kampanii i formatu kreacji. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Redaguje teksty reklamowe (nagłówki, treść główna, wezwanie do działania), stosując zasady skutecznego copywritingu. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Dobiera formaty reklamowe (np. pojedynczy obraz, karuzela, wideo) adekwatne do wybranego umiejscowienia i celu kampanii. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Weryfikuje zgodność przygotowanej reklamy z kluczowymi zasadami reklamowymi Meta w celu minimalizacji ryzyka jej odrzucenia. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

| 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 z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Podjmuje decyzje optymalizacyjne (np. modyfikacja grupy odbiorców, zmiana kreacji, alokacja budżetu) w oparciu o wnioski z analizy danych. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |
| | Proponuje metody skalowania kampanii (pionowe lub poziome) adekwatne do jej wyników i dostępnego budżetu. | Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie |

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem zawierają opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji i zgodnie z zaplanowanymi metodami walidacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument lub wyraźnie z nim powiązane inne dokumenty związane ze wsparciem potwierdzają 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?

Sztuczna inteligencja (AI) w reklamie na Facebooku i Instagramie

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 pozycji harmonogramu: 12

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 1 z 12 Pierwsze kroki z reklamą na Facebooku | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 10:00 | 11:00 | 01:00 |
| 2 z 12 Cele reklamowe na Facebooku | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 11:00 | 12:00 | 01:00 |
| 3 z 12 Grupy docelowe na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 12:05 | 13:00 | 00:55 |
| 4 z 12 Niestandardowe grupy odbiorców | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 13:45 | 14:45 | 01:00 |
| 5 z 12 Remarketing na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 14:55 | 15:45 | 00:50 |
| 6 z 12 Tworzenie reklamy krok po kroku | Artur Jabłoński | 24-06-2026 | 15:45 | 17:00 | 01:15 |

| Przedmiot / temat | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|-----------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 7 z 12 Najnowsze zmiany, opcje reklamowe i funkcje AI na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 09:00 | 10:00 | 01:00 |
| 8 z 12 Analiza reklam na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 10:00 | 11:00 | 01:00 |
| 9 z 12 Optymalizacja reklam na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 11:10 | 12:10 | 01:00 |
| 10 z 12 Zaawansowany Remarketing na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 12:10 | 13:00 | 00:50 |
| 11 z 12 Zaawansowany Remarketing na Facebooku i Instagramie | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 13:50 | 15:45 | 01:55 |
| 12 z 12 Walidacja | Artur Jabłoński | 25-06-2026 | 15:45 | 16:00 | 00:15 |

Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

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 |

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
- 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 25 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

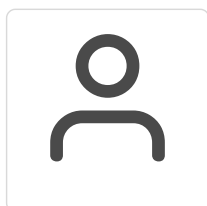
woj. mazowieckie

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