



/ Dla kogo?

- Szkolenie zamknięte. Polecane dla grup 3-7 osób. Termin ustalany jest z indywidualnie z Klientem. Zaletą szkolenia jest jego dopasowanie do potrzeb konkretnego zespołu, branży i celów biznesowych organizacji. Najczęściej pracujemy z działami sprzedaży i marketingu. W czasie szkolenia prowadzimy też krótki warsztat.
- Szkolenie "1 na 1". Szkolenie tylko dla Ciebie w wybranym terminie. Jeśli oczekujesz indywidualnego podejścia i chcesz pracować na Twoim profilu oraz grupie potencjalnych klientów, ta forma jest dla Ciebie.

/ Lokalizacja:

- Poznać lub online
- Jeśli chcesz, by szkolenie odbyło się w Twoim mieście lub w Twojej siedzibie, skontaktuj się z nami. Zobaczymy, co da się zrobić 😊

Zaletą szkoleń zamkniętych jest możliwość personalizacji treści szkolenia. Poniżej przedstawiamy przykładowe zagadnienia, które mogą zostać poruszone na spotkaniu. Jednak przed szkoleniem możesz wybrać poszczególne punkty, a inne pominąć lub dodać interesujące Twój zespół aspekty. Każde szkolenie jest dostosowywane do potrzeb branży - analizujemy działania konkurencji na rynku i wyszukujemy ciekawe przykłady z Twojego środowiska.

• Praca z menedżerem reklam



1. Jak poruszać się po menedżerze
2. To nie tylko kampanie - o pozostałych narzędziach dostępnych w ramach menedżera reklam
3. Co musimy uzupełnić, aby rozpocząć kampanie dla biznesu

• O pixelu - usystematyzowanie wiedzy



1. Czym jest
2. Do czego służy
3. Jak działa
4. Co zyskujemy
5. Sposoby wdrożenia
6. Wgranie kodu to nie koniec

• Cele reklamowe w podmiotach Meta



1. Jak działają i dlaczego czasem nie
2. Zmiany w celach od 2022 roku
3. Cele - wyjątki

• Grupy odbiorców



1. Co warto wiedzieć, przed stworzeniem grupy odbiorców?
2. Główny podział grup odbiorców (charakterystyka i tworzenie)

• Umiejscowienia



1. Warto wybierać ręcznie, czy nie warto?
2. O czym trzeba pamiętać?

• Formaty reklam



1. Przede wszystkim podział nie na format, a...
2. Tradycyjne formaty i ich możliwości
3. Ulepszenia Meta

/ Część warsztatowa - tworzenie kampanii dopasowanej do celów firmy

• Śledzenie i analityka wyników



1. Sposoby na sprawdzanie efektywności reklam i kampanii na Facebooku i Instagramie
2. Wskaźniki, z których korzystamy najczęściej, sprawdzając wyniki

• FAQ



1. Jak nie przepłacać na nieefektywnych kampaniach?
2. Kreacje reklamowe – co decyduje o tym, że reklama jest dobra? Zestaw dobrych praktyk.
3. Jak sprawdzić, co robi konkurencja?