

# AGENDA

## Szkolenie Social Media i Facebook Ads dla biznesu

Podczas tego szkolenia poznasz narzędzia Facebooka - dowiesz się jak stworzyć i prowadzić fanpage firmowy, jak tworzyć wartościowy content oraz gdzie szukać inspiracji. Oprócz tego nauczysz się tworzyć wielopoziomowe kampanie, a także czym kierować się wybierając cele promocji adekwatne do potrzeb Twojego biznesu. Dowiesz się, jak kreować dobre grafiki oraz teksty reklamowe, poznasz social mediowy lejek sprzedażowy, ale również sposoby mierzenia konwersji. Dodatkowo porozmawiamy o facebookowych nowościach, a także obecnych trendach!

Godziny	Nazwa bloku	Poruszane tematy
09:00-09:50	<b>Blok I</b> Rola i możliwości Facebooka w marketingu internetowym	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Czym jest marketing internetowy?</li><li>2. Rola Facebooka w marketingu internetowym</li><li>3. Facebook Feed - czyli przegląd tablicy<ol style="list-style-type: none"><li>a. Posty - znajomych, stron, grup, reklamy</li><li>b. Umiejscowienie reklam - feed, prawa kolumna, messenger</li><li>c. Wyszukiwarka - "my friends who"</li></ol></li></ol>
09:50-10:00	<i>Przerwa kawowa</i>	
10:00-11:20	<b>Blok II</b> Facebook Ads - wprowadzenie do tematu	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Cele reklamowe - klasyczne i facebookowe</li><li>2. Strategia w social media</li><li>3. Konwersje</li><li>4. Mierniki sukcesu</li><li>5. Regulamin Facebooka i zasady dotyczące reklam</li><li>6. Branża i konkurencja</li><li>7. Grupy docelowe</li><li>8. Nawigacja w Menedżerze Reklam</li></ol>
11:20-11:30	<i>Przerwa kawowa</i>	
11:30-13:00	<b>Blok III</b> Facebook Ads - tworzenie reklamy	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Promuj post kontra Menedżer Reklam - zalety i wady</li><li>2. Struktura kampanii reklamowej</li><li>3. Targetowanie<ol style="list-style-type: none"><li>a. Niestandardowe grupy odbiorców</li><li>b. Wąskie i szerokie targetowanie</li><li>c. Testowanie kreacji</li></ol></li><li>4. Budżet<ol style="list-style-type: none"><li>a. Metody płatności</li><li>b. Sposoby rozliczania</li></ol></li><li>5. Harmonogram</li><li>6. Analiza i optymalizacja</li><li>7. Reklama<ol style="list-style-type: none"><li>a. Misja - zatrzymanie uwagi</li><li>b. Cechy skutecznych kreacji reklamowych</li></ol></li></ol>
13:00-14:00	<i>Przerwa na lunch</i>	
14:00-14:50	<b>Blok IV</b> Praca nad własną	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Wybranie celu</li><li>2. Określanie grupy docelowej - za pomocą m.in. Audience Insights</li></ol>

# AGENDA

## Szkolenie Social Media i Facebook Ads dla biznesu

	kampanią w Managerze Reklam	<ol style="list-style-type: none"><li>3. Optymalizacja budżetu i harmonogramu</li><li>4. Stworzenie kreacji reklamowej</li></ol>
14:50-15:00	<i>Przerwa kawowa</i>	
15:00-16:00	<b>Blok V</b> Aspekty techniczne	<ol style="list-style-type: none"><li>1. Pixel Facebooka – jak skonfigurować i zainstalować kod na swojej stronie</li><li>2. Tworzenie niestandardowych i podobnych grup odbiorców (Custom i Lookalike Audiences)</li><li>3. Remarketing na Facebooku</li><li>4. Sklep na Facebooku - sprzedaż z katalogu</li><li>5. Łączenie konta reklamowego i profilu Facebook z kontem na Instagramie</li></ol>