

Karta szkolenia

Nazwa szkolenia

Podstawy prowadzenia kampanii reklamowych Meta Ads.

Forma szkolenia

Szkolenie realizowane jest online za pośrednictwem platformy ZOOM / stacjonarnie (w sali szkoleniowej Rezerwo) / stacjonarnie w siedzibie klienta.

Długość szkolenia

Szkolenie trwa 6 godzin zegarowych i realizowane jest w ciągu 1 dnia szkoleniowego. Przerwy są integralną częścią usługi wliczone w czas jej trwania. Przewidziane są również drobne przerwy wynikające z dynamiki grupy i fizjologicznych potrzeb człowieka nie uwzględnione w harmonogramie.

Grupa docelowa

Szkolenie kierowane jest do osób chcących zdobyć kompetencje niezbędne do samodzielnego tworzenia reklam na platformie Meta Ads.

Cel szkolenia

Szkolenie Podstawy prowadzenia kampanii reklamowych Meta Ads przygotowuje do samodzielnego tworzenia oraz prowadzenia reklam na platformie Meta Ads w stopniu podstawowym.

Program szkolenia

Moduł 1: Wprowadzenie do Meta Ads

- czym jest system Facebook Ads (Meta Ads),
- zastosowania reklamy na Facebooku i Instagramie,
- podstawowe pojęcia i terminologia.

Moduł 2: Konto reklamowe i Menedżer Reklam

- struktura konta reklamowego,
- poruszanie się po Menedżerze Reklam,
- ustawienia konta, role i dostęp.

Moduł 3: Hierarchia kampanii i cele reklamowe

- kampania, zestaw reklam, reklama – role poszczególnych poziomów,
- cele reklamowe (zasięg, ruch, aktywność, konwersje),
- dobór celu do realnego celu biznesowego.

Moduł 4: Grupy odbiorców i targetowanie

- grupy odbiorców podstawowe,
- niestandardowe grupy odbiorców,
- grupy podobnych odbiorców,
- dopasowanie komunikatu do odbiorcy.

Moduł 5: Pixel Facebooka i konwersje

- czym jest pixel Facebooka,
- zasada działania piksela,
- zdarzenia konwersji,
- podstawy weryfikacji poprawności działania.

Moduł 6: Tworzenie i konfiguracja kampanii

- konfiguracja kampanii krok po kroku,
- ustawienia budżetu i harmonogramu,
- tworzenie reklam (teksty, formaty, grafiki).

Moduł 7: Walidacja efektów uczenia się

Efekty uczenia się, kryteria weryfikacji oraz metody walidacji

Efekt uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik charakteryzuje system Meta Ads oraz jego zastosowanie w działaniach reklamowych	opisuje działanie systemu Meta Ads	Wywiad swobodny.
	wskazuje zastosowania reklamy	Wywiad swobodny.
	posługuje się podstawową terminologią z zakresu Meta Ads	Wywiad swobodny.

Uczestnik porusza się po Menedżerze Reklam oraz zarządza podstawowymi ustawieniami konta reklamowego.	opisuje strukturę konta reklamowego Meta Ads	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	nawiguje w Menedżerze Reklam w celu realizacji działań reklamowych	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	konfiguruje podstawowe ustawienia konta, w tym role i dostępy	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik dobiera cel reklamowy adekwatny do założonego celu biznesowego	rozdziela poziomy kampanii (kampania, zestaw reklam, reklama)	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	dobiera cel reklamowy zgodnie z realnym celem biznesowym	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	uzasadnia wybór celu reklamowego	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik tworzy i dobiera grupy odbiorców reklamowych odpowiednio do założeń kampanii.	tworzy podstawowe grupy odbiorców w Menedżerze Reklam	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	tworzy niestandardowe oraz podobne grupy odbiorców	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik konfiguruje podstawowe elementy pomiaru konwersji w systemie Meta Ads.	opisuje działanie piksela Meta.	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	wskazuje zdarzenia konwersji wykorzystywane w kampaniach reklamowych	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.

	weryfikuje poprawność działania piksela na poziomie podstawowym	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
Uczestnik konfiguruje kampanię reklamową Meta Ads zgodnie z określonym celem.	konfiguruje kampanię reklamową w Menedżerze Reklam.	Obserwacja w warunkach symulowanych + wywiad swobodny.
	ustawia budżet oraz harmonogram kampanii	
	tworzy reklamy, dobierając format, treści i elementy graficzne	

Harmonogram

Harmonogram zostanie dostarczony uczestnikom szkolenia za pośrednictwem poczty email nie później niż na 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Cena szkolenia

Cena z jednego uczestnika 984 zł brutto (800 zł netto).

Cena za osobogodzinę 196,80 zł brutto (160 zł netto).

Kadra

Szkolenie prowadzi Dawid Mirocha ([sprawdź na stronie](#)). Szczegółowe informacje, m.in. o osobie walidującej szkolenie, zostaną dostarczone uczestnikom szkolenia za pośrednictwem poczty email nie później niż na 7 dni przed rozpoczęciem szkolenia.

Informacje dodatkowe

Po zakończeniu szkolenia przeprowadzona zostanie ewaluacja szkolenia w formie ankiety anonimowej. Celem ewaluacji jest ocena pracy trenera, jakości szkolenia oraz jego przydatności. Informacje wynikające z ewaluacji pozwolą wdrożyć niezbędne zmiany w kolejnych edycjach szkolenia, aby jeszcze lepiej dostosować się do potrzeb uczestników.

Walidacja

Każdy Uczestnik, na podstawie założeń przekazanych podczas szkolenia, **konfiguruje kompletną kampanię reklamową w Menedżerze Reklam**, obejmującą wybór celu reklamowego, strukturę kampanii, grupy odbiorców, budżet, harmonogram oraz kreacje reklamowe. Kampania przygotowywana jest **na koncie reklamowym w warunkach symulowanych, bez jej publikacji**.

Ocena realizacji projektu zaliczeniowego odbywa się poprzez **obserwację w warunkach symulowanych**, z wykorzystaniem arkusza obserwacji, oraz **wywiad swobodny**, podczas którego Uczestnik uzasadnia zastosowane rozwiązania i dokonane wybory konfiguracyjne.

Warunkiem pozytywnego zaliczenia szkolenia jest spełnienie minimum 90% kryteriów weryfikacji, określonych w arkuszu obserwacji.

Jak przygotować się do szkolenia?

Każdy uczestnik przed szkoleniem powinien sprawdzić czy jego komputer jest sprawny i podłączony do źródła zasilania oraz ma dostęp do internetu. Szkolenie nie wymaga wcześniejszego doświadczenia w prowadzeniu kampanii Meta Ads. Zalecana jest podstawowa znajomość mediów społecznościowych oraz gotowość do aktywnego udziału w zajęciach.

Minimalne wymagania

Platforma / komunikator / sala zajęciowa

Sala zapewniająca komfortowe i bezpieczne warunki pracy dydaktycznej, dostosowanej do liczby uczestników. Sala powinna być zamknięta, ogrzewana (lub klimatyzowana), dobrze oświetlona oraz umożliwiać swobodną komunikację pomiędzy uczestnikami i trenerem. Wymagane jest wyposażenie sali w stoły i krzesła dla wszystkich uczestników, umożliwiające pracę warsztatową, a także dostęp do energii elektrycznej. Niezbędne jest również zapewnienie dostępu do stabilnego połączenia internetowego (najlepiej Wi-Fi) oraz sprzętu multimedialnego: rzutnika lub ekranu/telewizora umożliwiającego wyświetlanie prezentacji, wraz z możliwością podłączenia komputera trenera. Sala powinna spełniać podstawowe wymagania BHP oraz zapewniać dostęp do zaplecza sanitarnego. Niezbędne jest zapewnienie stanowisk pracy z dostępem do komputerów lub możliwość korzystania z własnych urządzeń uczestników (BYOD).

Minimalne wymagania sprzętowe

Uczestnik musi dysponować:

- komputerem stacjonarnym lub laptopem (system Windows lub macOS),
- sprawną kamerą internetową,

- sprawnym mikrofonem i głośnikami lub słuchawkami,
- klawiaturą i myszą lub touchpadem.

Minimalne wymagania łącza internetowego

Uczestnik musi posiadać:

- stabilne łącze internetowe o przepustowości minimum:
 - 2 Mb/s – pobieranie (download),
 - 1 Mb/s – wysyłanie (upload),
- zalecane jest korzystanie z przewodowego połączenia internetowego lub stabilnej sieci Wi-Fi.

Niezbędne oprogramowanie

Uczestnik szkolenia musi mieć dostęp do:

- aktualnej wersji przeglądarki internetowej (np. Google Chrome, Mozilla Firefox, Microsoft Edge, Safari),
- dostęp do poczty email,
- dostęp do darmowego konta Google,
- dostęp do darmowego konta Zoom.

Zgłoszenie szczególnych potrzeb

Jeżeli użytkownik szkolenia zgłasza szczególne potrzeby może to zrobić w sposób opisany w deklaracji dostępności (<https://rezervo.pl/procedury-i-dokumenty/>) w szczególności korzystając z formularza dostępności (<https://rezervo.pl/formularz-dostepnosci/>)

Źródła wiedzy

Szkolenie opracowane zostało na podstawie oficjalnych materiałów publikowanych przez Meta <https://www.facebook.com/business/help> dokumentacji związanej z reklamami Meta Ads <https://business.meta.com/> oraz wiedzy i doświadczeniu trenera zdobytemu dzięki wieloletniej praktyce.