

# Skuteczna reklama na Facebooku

## MODUŁ I: Od Managera Firmy po ustawienia konta

---

- › **Lekcja 01:** Promo postów, menadżer reklam, Power Editor – co wybrać?
- › **Lekcja 02:** Struktura reklamy na Facebooku: Kampania, Zestaw Reklam, Reklamy
- › **Lekcja 03:** Business Manager – dlaczego warto z niego[ korzystać?
- › **Lekcja 04:** Cele kampanii – rodzaje, omówienie, różnice
- › **Lekcja 05:** Zasady reklamy na FB – co wolno, a czego nie wolno

## MODUŁ II: Zestaw Reklam krok po kroku

---

- › **Lekcja 06:** Lokalizacja – dobre ustawienia
- › **Lekcja 07:** Wiek – dobre ustawienia
- › **Lekcja 08:** Języki – Dlaczego ta opcja jest przydatna?
- › **Lekcja 09:** Jak dobrze wybrać zainteresowania
- › **Lekcja 10:** Zawężanie i rozszerzanie grupy
- › **Lekcja 11:** Zachowania – jak je wykorzystać?
- › **Lekcja 12:** Jak stosować Wykluczenia
- › **Lekcja 13:** Umiejscowienia – które i kiedy wybierać?
- › **Lekcja 14:** Operowanie budżetem – dzienny vs całkowity
- › **Lekcja 15:** Operowanie budżetem – stawki ręczne vs automatyczne
- › **Lekcja 16:** Reklamowanie się w konkretnych czasokresach
- › **Lekcja 17:** Zaawansowane wykluczenia

## **MODUŁ III: Grupy niestandardowych odbiorców**

---

- › **Lekcja 18:** Czym są grupy niestandardowych odbiorców?
- › **Lekcja 19:** Rodzaje grup niestandardowych odbiorców
- › **Lekcja 20:** Precyzowanie i nakładanie się grup niestandardowych odbiorców
- › **Lekcja 21:** Grupy podobnych odbiorców – czym są i jak z nich korzystać

## **MODUŁ IV: Piksel Facebooka i Remarketing**

---

- › **Lekcja 22:** Czym jest piksel Facebooka?
- › **Lekcja 23:** Instalacja piksela Facebooka – wtyczka do WordPressa
- › **Lekcja 24:** Instalacja Piksela – Google Tag Manager
- › **Lekcja 25:** Rodzaje piksela Facebooka – zdarzenia niestandardowe
- › **Lekcja 26:** Konwersje niestandardowe
- › **Lekcja 27:** Instalacja zdarzeń niestandardowych – Google Tag Manager
- › **Lekcja 28:** Weryfikacja instalacji piksela
- › **Lekcja 29:** Remarketing po czasie na stronie – konfiguracja via Facebook
- › **Lekcja 30:** Remarketing po liczbie wizyt na stronie

## **MODUŁ V: Kreacja, czyli reklama**

---

- › **Lekcja 31:** Tworzenie reklamy krok po kroku
- › **Lekcja 32:** Grafiki, które przyciągają uwagę
- › **Lekcja 33:** Jak pisać skuteczne teksty reklam
- › **Lekcja 34:** Lead Ads, czyli formularze kontaktowe

## MODUŁ VI: Optymalizacja i analiza

---

- › **Lekcja 35:** Audience Insights, czyli statystyki grupy odbiorców
- › **Lekcja 36:** Co jest gdzie w menadżerze reklam?
- › **Lekcja 37:** Testy A/B – jak je przeprowadzić na Facebooku
- › **Lekcja 38:** Współczynnik Trafności
- › **Lekcja 39:** Jak analizować reklamy?
- › **Lekcja 40:** Post ID
- › **Lekcja 41:** Częstotliwość

## MODUŁ VII: Nowości, zmiany, sztuczki

---

- › **Lekcja 42:** Optymalizacja budżetu na poziomie kampanii
- › **Lekcja 43:** Odświeżanie kampanii i zestawów reklam
- › **Lekcja 44:** Unikatowy zasięg dzienny
- › **Lekcja 45:** Cel „Aktywność” a Współczynnik Trafności

# Zamów kurs



**Nie czekaj!**

Już dziś naucz się tworzyć skuteczne reklamy na Facebooku!

Zapisz się na kurs