

Pozyskiwanie klientów w branży modowej z wykorzystaniem kampanii FB/IG Ads

Data format: 27.10.2022 - 9:00 (online)

Czas trwania: 6h + przerwy

Czego dowiesz się ze szkolenia:

- Jak dobrać rodzaj kampanii FB/IG Ads zależnie od swoich celów biznesowych
- Jak uruchomić kampanię sprzedażową w social media
- Jak wyznaczyć próg opłacalności kampanii
- Jak zadbać o wszystkie etapy lejka sprzedażowego na koncie reklamowym
- Jak targetować kampanie reklamowe w branży modowej
- Jak stworzyć grupy remarketingowe z największym potencjałem sprzedażowym
- Jakie wskaźniki analizować i jak interpretować ich wartości
- Jak pracować z kampanią po jej uruchomieniu, w celu zmaksymalizowania zysków



Forma szkolenia: wykład + pokaz praktyczny z wykorzystaniem menedżera reklam i innych narzędzi.

Jakie wymogi musisz spełniać, żeby skorzystać ze szkolenia:

- Dobrze jeśli miałeś/aś już styczność z menedżerem reklam i jakąkolwiek formą działań płatnych w social media, ale nie jest to konieczne. 👍
- Do wykorzystania wiedzy ze szkolenia wystarczy Ci ogólna znajomość kanałów SM: Facebook / Instagram. 👍

Plan szkolenia

1. CEL

- Dobór typu kampanii reklamowej w zależności od sytuacji i celów biznesowych
- Wyznaczanie progu break/even kampanii reklamowej

2. STRUKTURA

- Strona na FB, Konto reklamowe, Katalog produktów, Pixel, Domena - jak nie zgubić się w gąszczu zasobów
- Dobre praktyki planowania struktury danych na koncie reklamowym
- Poprawna konfiguracja kampanii typu konwersje

3. TARGETOWANIE

- Przegląd kluczowych typów i form targetowania
- Niestandardowe grupy odbiorców
- Grupy podobnych odbiorców

4. ANALITYKA

- Dobór i odczyt KPI
- Wstęp do zagadnienia atrybucji konwersji
- Korzystanie z raportów niestandardowych
- Aktualizacja iOS14, a pomiar konwersji i skuteczność działań reklamowych w FB/IG Ads

5. WSTĘP DO OPTYMALIZACJI WYNIKÓW

- Faza uczenia się - rola i sposób działania
- Wykorzystanie algorytmów FB do zwiększenia skuteczności poprzez dobór właściwego modelu optymalizacji
- Podstawowe techniki zarządzania kampanią w trakcie jej emisji