



Marketing Online -
Piotr Guziur

★★★★★ 4,6 / 5

135 ocen

Meta Ads dla Właścicieli firm i Managerów - Jak skalować biznes i obniżyć koszty / forma zdalna

Numer usługi 2025/11/12/16416/3141913

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 6 h

📅 12.02.2026 do 12.02.2026

1 217,70 PLN brutto

990,00 PLN netto

202,95 PLN brutto/h

165,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

Grupa docelowa usługi

- Osoby chcące podejmować właściwe strategiczne decyzje dotyczące wykorzystania Meta Ads oraz efektywnie koordynować współpracę z agencjami zewnętrznymi,
- Osoby chcące efektywnie zarządzać budżetem reklamowym w Meta Ads i dowiedzieć się jak ustawić budżet i uniknąć przepalania pieniędzy,
- Osoby chcące mierzyć realny wpływ finansowy kampanii Meta Ads na Twoją firmę i podejmować kluczowe decyzje biznesowe na podstawie twardych danych,
- Osoby nadzorujące podwykonawców.

Usługa również adresowana dla uczestników projektu Kierunek Kariera Zawodowa

Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

20

Data zakończenia rekrutacji

09-02-2026

Forma prowadzenia usługi

zdalna w czasie rzeczywistym

Liczba godzin usługi

6

Podstawa uzyskania wpisu do BUR

Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Meta Ads dla Właścicieli firm i Managerów przygotowuje do właściwego podejmowania strategicznych decyzji marketingowych w obszarze zarządzania ekosystemem Meta Ads. Przygotowuję do samodzielnego świadczenia usług z zakresu zarządzania zespołem specjalistów social media oraz przygotowywania długofalowych strategii marketingowych, opartych o analizę danych konta i kampanii Meta Ads.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik posiada wiedzę o działalności marketingowej na Facebooku i Instagramie. Uczestnik skutecznie podejmuje strategiczne decyzje dotyczące wykorzystania Meta Ads	-Uczestnik identyfikuje wyniki kampanii, charakteryzuje błędy oraz omawia sposób ich poprawy, -Uczestnik zarządza kampaniami na poziomie strategicznym, -Uczestnik interpretuje statystyki Facebooka	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Uczestnik potrafi efektywnie zarządzać budżetem reklamowym w Meta Ads, minimalizując koszty i maksymalizując rentowność	- Uczestnik potrafi prawidłowo ustawić budżet kampanii (rozdzielając ABO/CBO w zależności od strategii) oraz zidentyfikować i unikać typowych błędów prowadzących do przepalania budżetu. - Uczestnik przedstawia plan skalowania kampanii z zachowaniem rentowności oraz potrafi ustalać priorytety wydatków reklamowych.	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
	- Uczestnik potrafi zidentyfikować kluczowe wskaźniki efektywności (KPI) dla Meta Ads, - ocenić potencjalny ROI kampanii oraz porównać efektywność Meta Ads z innymi kanałami marketingowymi w konkretnym scenariuszu biznesowym. - Uczestnik rozumie, kiedy i dlaczego inwestycja w Meta Ads jest uzasadniona dla skalowania biznesu.	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Uczestnik analizuje opłacalność inwestycji w Meta Ads w kontekście strategii biznesowej firmy		

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Meta Ads dla Właścicieli firm i Managerów

9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom

9:30 - 10:30 Meta Ads a strategia biznesowa – czy to się opłaca?

Meta Ads w strategii biznesowej firmy:

- Meta Ads jako narzędzie skalowania biznesu: kiedy warto inwestować?
 - Porównanie Meta Ads do innych kanałów marketingowych (Google Ads, LinkedIn, TikTok)

Badanie efektywności kampanii w Meta Ads:

- Jak mierzyć realny wpływ reklam na wyniki firmy?

10:30 - 10:45 Przerwa

10:45 - 12:00 Strategia Meta Ads dopasowana do ścieżki klienta

Lejek sprzedażowy w Customer Journey:

- Lejek sprzedażowy a dopasowanie reklam: jak tworzyć skuteczne kampanie dla różnych etapów customer journey?

Prowadzenie sprzedaży w Meta Ads:

- Jak Meta Ads może wspierać sprzedaż B2B i B2C?

Strategia reklamowa:

- Jak budować długoterminową strategię reklamową zamiast pojedynczych kampanii?

12:00 - 12:45 Przerwa

12:45 - 13:45 Analiza i optymalizacja kampanii dla CEO – jak podejmować lepsze decyzje?

Analityka kampanii i wskaźniki efektywności:

- Kluczowe wskaźniki efektywności reklam – jak analizować ROAS, CAC, LTV?
- Google Analytics 4 vs Meta Ads Manager – jak łączyć dane dla pełnego obrazu?

Raportowanie kampanii:

- Jakie raporty powinni regularnie analizować właściciele firm i managerowie?

Automatyzacja kampanii z wykorzystaniem AI:

- Automatyzacja analiz – jak AI pomaga w optymalizacji kampanii?

13:45 - 14:45 Efektywne zarządzanie budżetem reklamowym – jak ustawić budżet i uniknąć przepalania pieniędzy?

Ustawienia budżetu kampanii:

- Jak ustawić budżet kampanii: ABO vs CBO – co działa lepiej w różnych strategiach?

- Jak unikać błędów, które powodują wysokie koszty reklam?

Skalowanie i optymalizacja rentowności:

- Skalowanie kampanii – jak zwiększać budżet, nie tracąc rentowności?
 - Jak ustalać priorytety w budżecie reklamowym?

14:45 - 15:15 Przerwa

15:15 - 16:00 Zaawansowane targetowanie i personalizacja reklam

Jak docierać do kluczowych klientów:

- Jak docierać do kluczowych klientów w B2B i B2C?
- Lookalike Audiences vs First-Party Data – jak lepiej segmentować klientów?
- Retargeting i remarketing – jak skutecznie przypominać się klientom?

16:00 - 16:45 Skalowanie kampanii Meta Ads – jak przejść na wyższy poziom?

Zaawansowane strategie maksymalizacji rentowności kampanii:

- Jakie strategie stosują firmy wydające miliony na reklamy w Meta?
- Jakie formaty reklam najlepiej sprawdzają się na różnych etapach kampanii?
- Automatyczne kampanie Advantage+ – czy warto z nich korzystać?
- Jak AI i automatyzacja mogą pomóc w zwiększaniu skuteczności reklam?

16:45 - 17:00 Walidacja

Zalety:

Szkolenie realizowane jest na żywo w czasie rzeczywistym:

- Interaktywna platforma
- Chat do komunikacji
- Udostępnianie ekranu
- Materiały w formie elektronicznej

Podczas szkolenia uczestnik ma dostęp do:

- zestawu praktycznych ćwiczeń realizowanych pod kierunkiem doświadczonego trenera, które pozwalają na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności
- przykładów prawidłowych i nieprawidłowych działań, wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności

Czas trwania usługi liczony jest w godzinach zegarowych, gdzie jedna godzina zajęć odpowiada 60 minutom.

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 10

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 10 Meta Ads w strategii biznesowej firmy - badanie efektywności kampanii w Meta Ads oraz jak mierzyć realny wpływ reklam	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	09:30	10:30	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
2 z 10 Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	10:30	10:45	00:15
3 z 10 Strategia Meta Ads dopasowana do ścieżki klienta: Lejek sprzedażowy w Customer journey, Prowadzenie sprzedaży w Meta Ads, Strategia reklamowa	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	10:45	12:00	01:15
4 z 10 Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	12:00	12:45	00:45
5 z 10 Analiza i optymalizacja kampanii dla CEO: Analityka kampanii i wskaźniki efektywności, Raportowanie kampanii, Automatyzacja kampanii z wykorzystaniem AI	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	12:45	13:45	01:00
6 z 10 Efektywne zarządzanie budżetem reklamowym: Ustawienia budżetu kampanii, Skalowanie i optymalizacja rentowności	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	13:45	14:45	01:00
7 z 10 Przerwa	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	14:45	15:15	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 10 Zaawansowane targetowanie i personalizacja reklam: Jak docierać do kluczowych klientów	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	15:15	16:00	00:45
9 z 10 Skalowanie kampanii Meta Ads: Zaawansowane strategie maksymalizacji rentowności kampanii	Klaudia Zbrzeźniak	12-02-2026	16:00	16:45	00:45
10 z 10 Walidacja	-	12-02-2026	16:45	17:00	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 217,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	990,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	202,95 PLN
Koszt osobogodziny netto	165,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Klaudia Zbrzeźniak

Marketing internetowy to jej pasja. Lubi rozwijać się w tym obszarze i podążać za coraz to nowszymi zmianami. Swoją przygodę w tej branży rozpoczęła od pracy przy małym e-commerce, gdzie stopniowo wdrażała się w ekosystem Facebooka oraz Google'a.

Prowadziła strony różnych firm w mediach społecznościowych i wspólnie z klientami ustalała

strategię marketingową. W branży pracuje już blisko 4 lata.

Budowa odpowiedniej strategii marketingowej, zgodnie z customer journey, to coś co lubi robić na co dzień. Przygotowane techniki wdraża w kampaniach reklamowych wielu klientów. Kluczem do osiągnięcia sukcesu w social mediach jest nie tylko dobór odpowiedniej grupy docelowej, ale i zastosowanie trafnej komunikacji oraz ciekawej kreacji. szkolenia@marketingonline.pl 533 233 930

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po ukończeniu szkolenia każdy Uczestnik otrzyma dostęp do Akademii Marketing Online, a tam do przeglądania materiałów ze szkolenia:

- Prezentacje szkoleniowe z linkami do artykułów/danych/publikacji/książek polsko- i obcojęzycznych dotyczących prezentowanych zagadnień
- Nagrania ze szkolenia na żywo
- Szkolenie w formie e-learning z Podstaw Marketingu w Internecie z interaktywnymi quizami

Informacje dodatkowe

W przypadku dofinansowania w conajmniej 70% wartości pełnej kwoty za szkolenie, wystawiamy fakturę zwolnioną z VATu. Jeżeli dofinansowanie jest niższe niż 70%, do podanej kwoty doliczamy podatek VAT w wysokości 23%.

Szkolenie prowadzone na żywo, w czasie rzeczywistym.

Szkolenie prowadzone jest w wymiarze - 80% teoretycznym, 20% praktycznym.

Dostęp do prezentacji oraz innych materiałów online.

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

W związku z posiadaniem przez nas znakiem jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno - Szkoleniowych (MSUES 2.0) mają Państwo możliwość składania do WUP Kraków (Centrum Zapewniania Jakości Kształcenia) informacji o niskiej jakości usług, niezgodności działalności instytucji z wymaganiami MSUES osobiście, telefonicznie lub mailowo na adres: jakosc@wup-krakow.pl

Warunki techniczne

Szkolenie prowadzone w formie online za pośrednictwem platformy Zoom. Aby uczestniczyć w szkoleniu każdy uczestnik musi przygotować we własnym zakresie odpowiedni sprzęt, który zapewni możliwość uzyskania odpowiednich efektów uczenia się:

- PC, laptop lub telefon komórkowy z łączem internetowym (stałe lub mobilne 3G lub 4G/LTE)
- System operacyjny: macOS X z macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10, Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z SP1 lub dedykowana aplikacja mobilna z AppStore lub GooglePlay
- Wbudowany mikrofon/zestaw słuchawkowy dla osób chcących zadawać pytania głosowo (nie przez chat)
- przeglądarka internetowa Chrome lub FireFox
- mikrofon i kamera na potrzeby ewentualnego monitoringu usługi zdalnej.

Kontakt

Paulina Wilk

E-mail szkolenia@marketingonline.pl

Telefon (+48) 533 233 930

