



## System reklamowy Facebooka

Ułatw dotarcie do swojego fanpage'a  
potencjalnym odbiorcom

## Cześć Partnerze!

Jesteśmy naprawdę dumni z tego, że znów tu zaglądasz. To znaczy, że zainteresował Cię ten temat i chcesz zwiększyć swoją sprzedaż.

Mamy nadzieję, że Twój fanpage jest opublikowany, masz już kilka postów za sobą i jesteś gotowy na dalsze kroki. Bo kolejne nie należą do najłatwiejszych, ale są gwarancją zwiększonej skuteczności działania.

## Dziś opowiemy Ci o menedżerze reklam Facebooka

Albo o systemie reklamowym Facebooka. Miejscu, gdzie możesz podpromować swoje posty.

Ta odpłatna opcja umożliwia Ci dotarcie z komunikatem do osób, które nie lubią Twojej strony. Jednak są to osoby, które Twoja strona może interesować.

### Czym jest menedżer reklam?

Zdaniem samego Facebooka:

*Menedżer reklam pozwala zacząć wyświetlać reklamy na Facebooku, Instagramie, w Messengerze lub Audience Network. Jest to zbiorcze narzędzie do tworzenia reklam, zarządzania miejscem i czasem ich emisji oraz monitorowania skuteczności kampanii w realizacji celów marketingowych.*

#### wskazówka

Żeby reklamować się na Instagramie, nie musisz mieć tam konta. Zadbaj tylko o to, by reklama zawierała miejsce, do którego kierujesz (np. adres Twojej witryny lub fanpage'a).

# Jak zacząć się reklamować?

## Pierwszy krok to utworzenie konta w Menedżerze Firmy

- Aby utworzyć konto zaloguj się na swoje konto na Facebooku;
- Otwórz stronę <https://business.facebook.com/overview>;



- Wybierz > *Utwórz konto* i dodaj niezbędne informacje o Twojej Firmie;

**Utwórz konto w Menedżerze firmy**

**Nazwa Twojej firmy i konta**

Jasper's Market

Powinno być ona zgodna z oficjalną nazwą firmy, ponieważ będzie widoczna na całym Facebooku. Nie może zawierać znaków specjalnych.

**Twoje imię i nazwisko**

Anna Matoga

**Firmowy adres e-mail**

Powinno to być adres e-mail używany do prowadzenia działalności firmowej. Wyślemy e-mail, aby go zweryfikować. Na ten adres będziesz otrzymywać również komunikację dotyczącą konta firmowego.

Kiedy dodasz inne osoby do swojej firmy, Twoja nazwa na Facebooku, zdjęcie profilowe i identyfikator użytkownika z Facebooka będą dla nich widoczne.

**Dalej**

Na początku musisz podać podstawowe informacje, a więc imię, nazwisko, e-mail firmowy oraz nazwę firmy. Możesz użyć tu skróconej wersji, ponieważ nie ma konieczności podawania pełnej nazwy firmy. Nazwa firmy w tym wypadku będzie również nazwą konta reklamowego.

### Dodaj informacje o firmie ×

Dodaj informacje o biurze lokalnym, z którego prowadzisz działalność.

**Kraj**

**Adres pocztowy <sup>?</sup>**

**Adres pocztowy 2/ miejscowość**

**Miejscowość**  **Województwo/region**

**Kod pocztowy**  **Numer telefonu firmy <sup>?</sup>**

**Witryna internetowa**

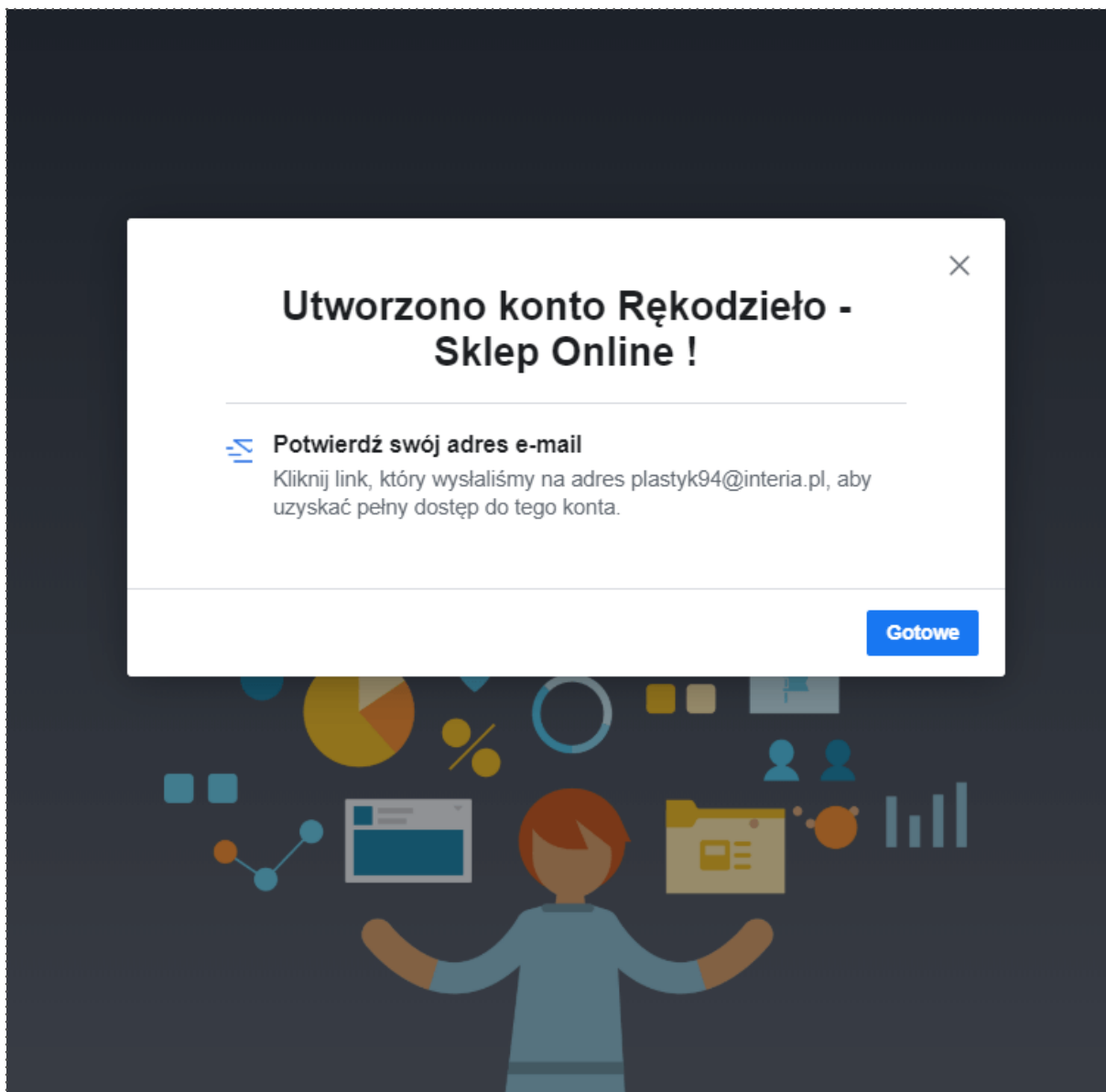
**Do celów biznesowych**

To konto wykorzystuje narzędzia i dane Facebooka, aby:

- Promować własne towary i usługi
- Świadczyć usługi na rzecz innych firm

**Wyślij**

W kolejnym kroku zostaniesz poproszony o podanie adresu swojej działalności – pamiętaj, że należy podać prawdziwe dane. Będziesz musiał też zadeklarować, do jakich celów będzie Ci służyło konto reklamowe.

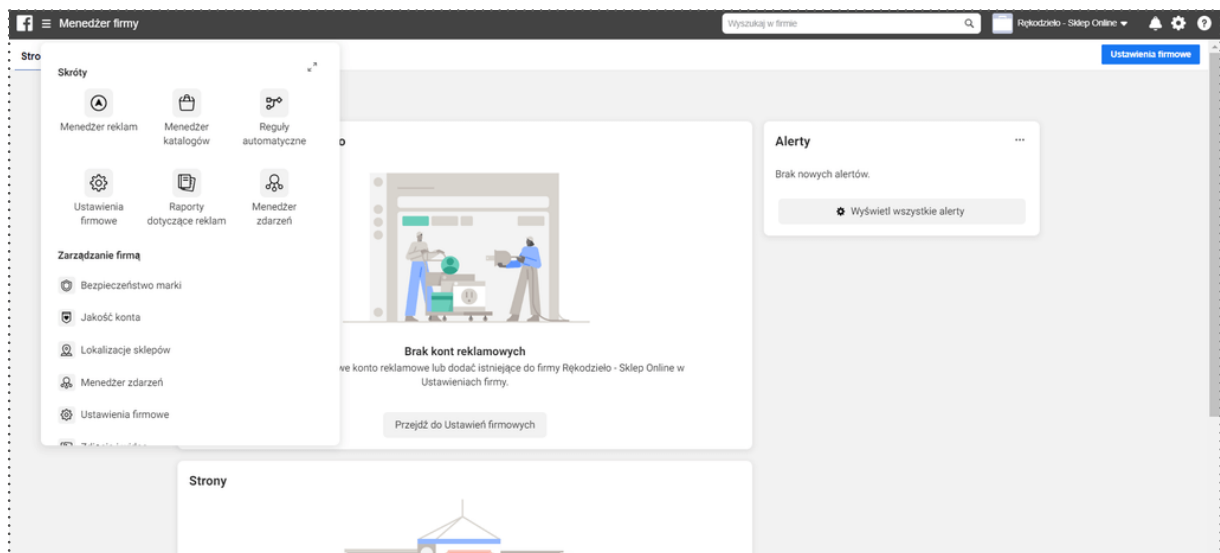


Jeśli formularze zostały prawidłowo wypełnione – masz już swoje konto w menadżerze firmy!

Po kliknięciu w przycisk > gotowe przejdziesz do pełnego widoku panelu menedżera firmy, skąd będziesz musiał skonfigurować swoje konto reklamowe.

Zatem... do dzieła!

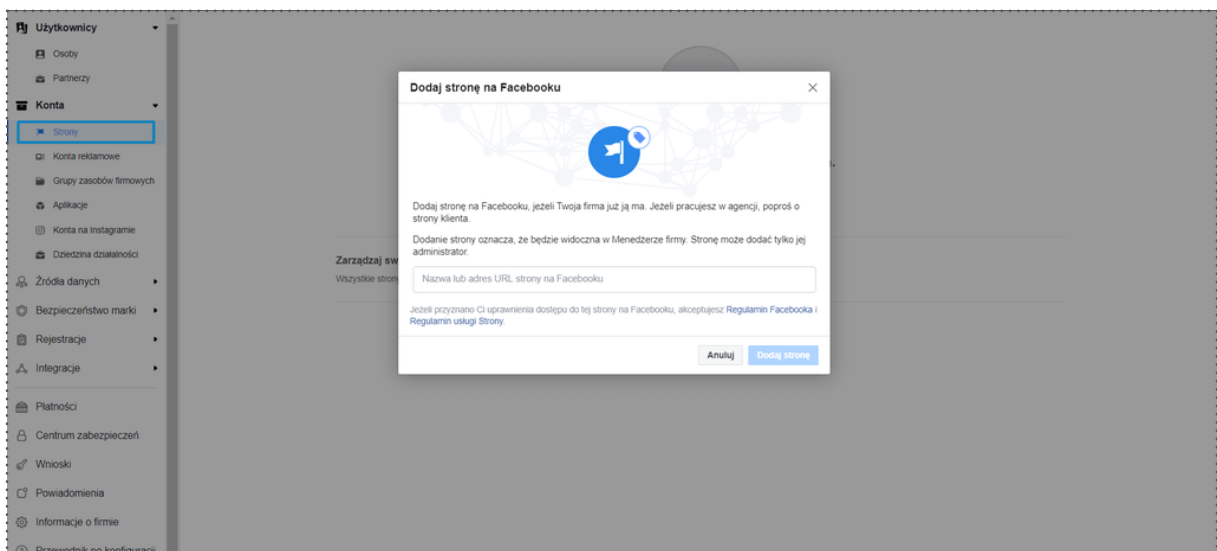
# Konfiguracja konta reklamowego na Facebooku



W pierwszym kroku kliknij *Ustawienia firmowe*. Możesz także wybrać to ustawienie, rozwijając menu z lewej strony. W oknie ustawień firmowych możesz w pełni skonfigurować konto reklamowe, dodać do konta inne osoby, nadać uprawnienia, dodać inne strony lub przejść do konta reklamowego.

# Połączenie strony na Facebooku z menedżerem firmy

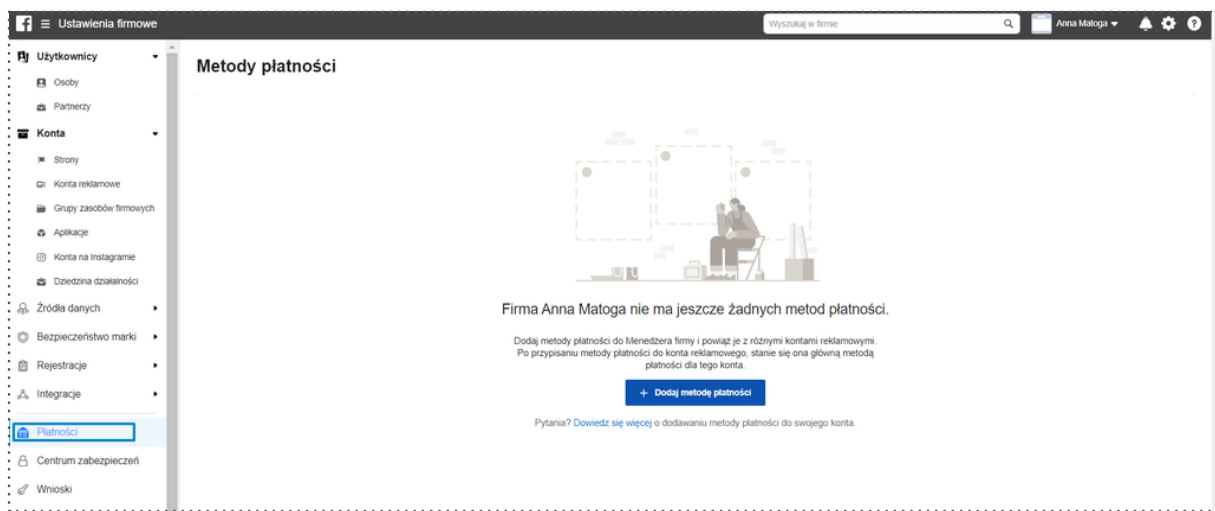
Pierwszym krokiem w trakcie konfiguracji konta powinno być połączenie firmowego Fanpage z Twoim kontem. Wybierz więc zakładkę > *Strony* i wklej link do Twojej firmowej strony na Facebooku.





# Konfiguracja metod płatności na Facebooku

Aby móc wykorzystać potencjał płatnych reklam, kolejnym krokiem podstawowej konfiguracji jest wybór i dodanie metody płatności do konta.

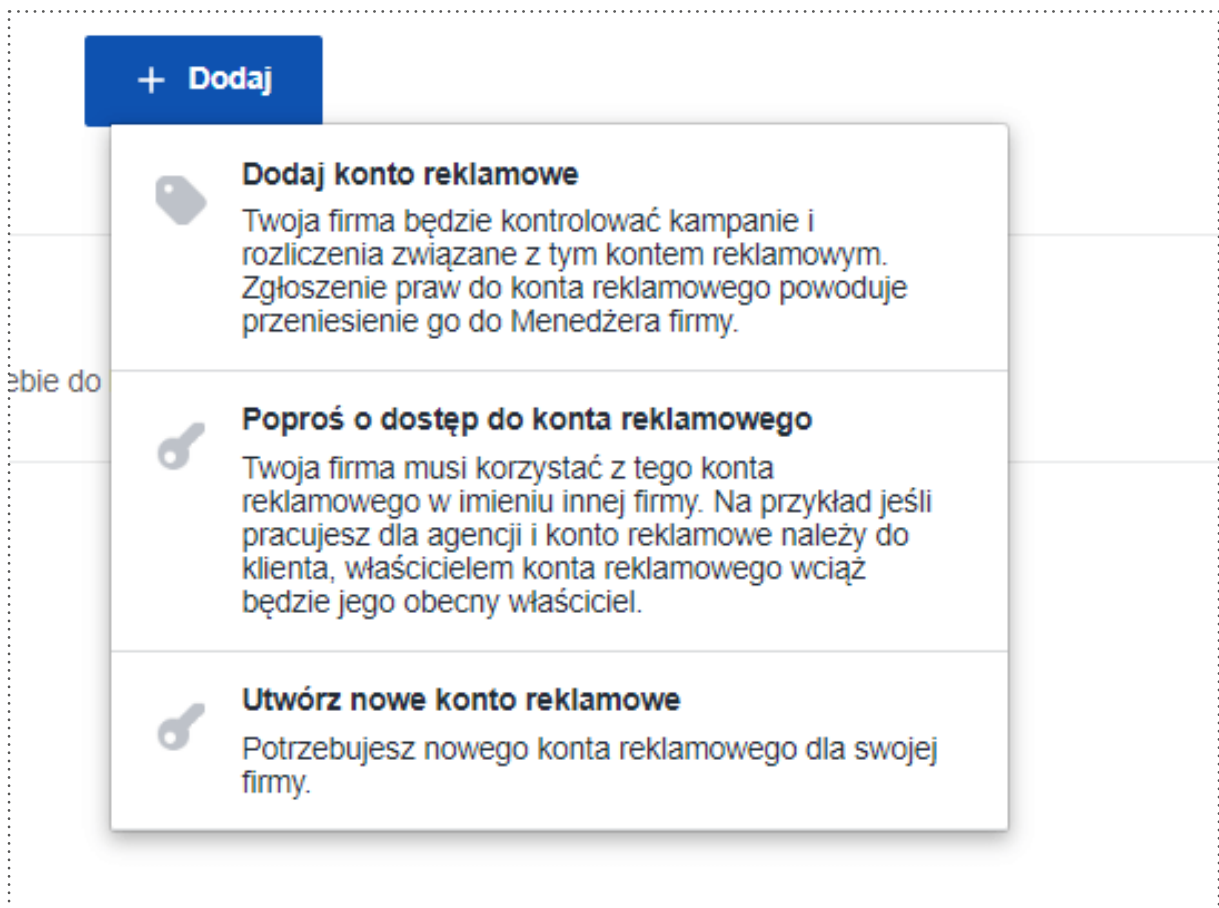


Z zakładek po lewej stronie wybierz więc > *Płatności*, a następnie kliknij +*dodaj*. Na tym etapie należy podać dane do karty debetowej w celu regulowania opłat za reklamy na Facebooku.

The image shows a screenshot of the 'Wybierz metodę płatności' (Choose payment method) form. At the top, it says 'Dodaj nową metodę płatności w Menedżerze firmy - Warunki zastosowania'. Below this, there are two dropdown menus: 'Kraj rozliczeniowy' (set to 'Polska') and 'Waluta' (set to 'Złoty polski'). The main section is titled 'Nowa karta kredytowa lub debetowa' and includes fields for: 'Imię i nazwisko widniejące na karcie', 'Numer karty kredytowej', 'Termin ważności' (with 'MM' and 'RR' dropdowns), and 'Kod zabezpieczający'. At the bottom, there is a security notice: 'Twoje informacje dotyczące płatności są bezpiecznie przechowywane. Dowiedz się więcej' and two buttons: 'Anuluj' and 'Kontynuuj'.

# Tworzenie konta reklamowego Facebook

Dalszym krokiem w konfiguracji konta jest dodanie konta reklamowego. Aby je utworzyć wybierz z listy zakładek po lewej stronie > *Konta reklamowe*, kliknij *+dodaj*, a następnie *utwórz konto reklamowe*.



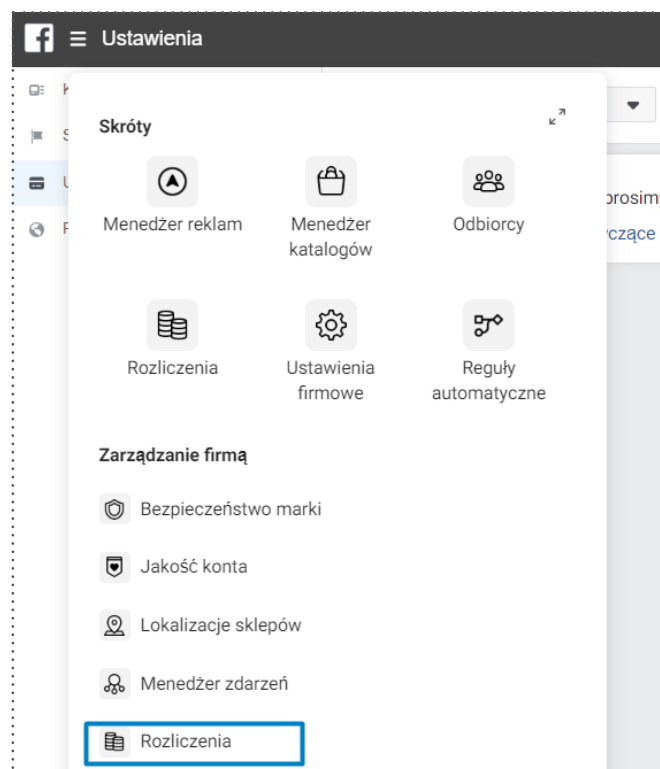
Następnie nadaj nazwę konta reklamowego (nazwij jak Ci wygodnie), wybierz walutę, w jakiej chcesz opłacać konto oraz ustaw odpowiednią strefę czasową. Ważne jest, aby już na tym etapie wybrać odpowiednią walutę, ponieważ edycja w późniejszym czasie nie jest możliwa!

# Limit wydatków na koncie reklamowym

Aby uniknąć nieprzyjemnej niespodzianki, jaką jest przekroczenie budżetu przeznaczanego na nasze reklamy, koniecznie ustaw limit wydatków na koncie. Dzięki temu zyskasz pewność, że Facebook po przekroczeniu wydanej kwoty wyłączy wszystkie Twoje reklamy i nie wyda ani złotówki więcej.

## wskazówka

Na dobry początek ustaw limit 100 zł. Po jego przekroczeniu wyskoczy stosowny komunikat, a Ty w razie potrzeby będziesz mógł go swobodnie zresetować.



Aby ustawić limit na koncie wybierz z głównego menu menadżera firmy > rozliczenia a następnie > ustawienia płatności.

### Ustaw limit wydatków na koncie

Łączne koszty reklam możesz kontrolować po ustanowieniu limitu wydatków na koncie. Wyświetlanie reklam będzie wstrzymywane po osiągnięciu wyznaczonego limitu, a wznowione zostanie dopiero wtedy, gdy zwiększysz lub usuniesz limit.

[Dowiedz się więcej](#)

Wydana kwota: **747,87 zł** Bieżący limit: 1000,00 zł

Zmień

Usuń

Resetuj

W tym miejscu możesz ustalić kwotę, którą chcesz przeznaczyć dla Twojego konta reklamowego. Limit wydatków możesz zmienić, zresetować, a także w dowolnej chwili usunąć. Możesz też dowolnie zarządzać ustalonym limitem.

### wskazówka

Jeśli przekroczysz limit wydatków, wszystkie Twoje reklamy zostaną wstrzymane. Oczywiście zostaniesz o tym odpowiednio poinformowany (przykład komunikatu poniżej).

 Błąd Twoje reklamy zostały wyłączone, ponieważ został osiągnięty ustalony limit wydatków na koncie reklamowym

Aby włączyć reklamy ponownie, zresetuj lub zmień limit.

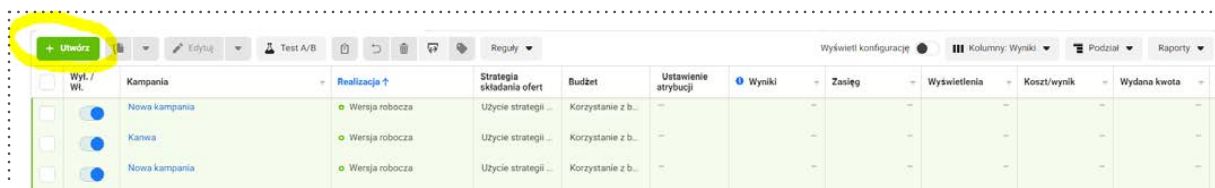
Zresetuj

Zmień

X

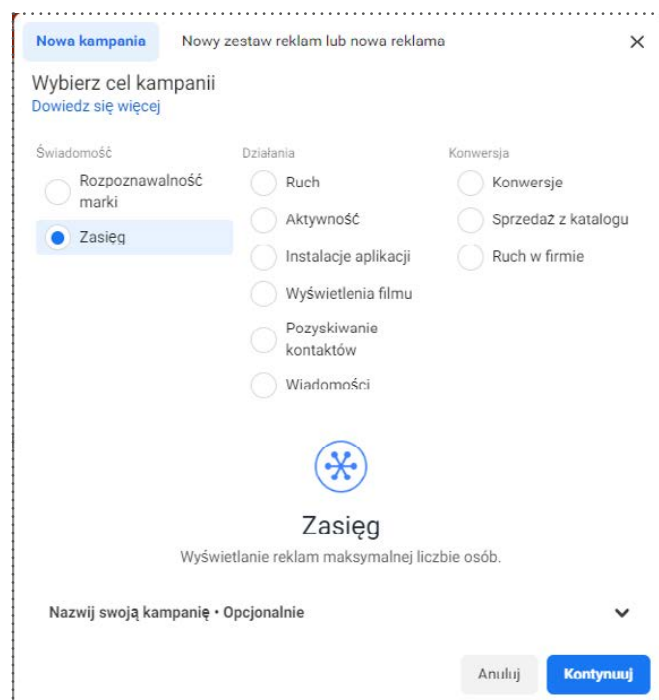
# Konto utworzone? Zatem działamy z reklamą!

Pierwszym krokiem do utworzenia reklamy jest przejście do głównego widoku Menedżera Reklam: <https://www.facebook.com/adsmanager/manage/campaigns>. Natomiast kolejno wybranie zielonego przycisku "Utwórz".



## CELE

Po kliknięciu ukążą nam się cele, a więc potrzeby, dla których tworzymy reklamę. W przypadku pierwszego kontaktu z reklamą zalecamy wybranie celu *Zasięg* (dotrzesz z fanapagem do większej ilości osób) lub *Aktywność* (zwiększysz ilość polubień strony lub podkrećisz aktywność pod postami).



Pamiętaj też, że możesz nazwać swoją kampanię. Jest to niesamowicie użyteczne, zwłaszcza gdy z czasem wypuścisz więcej reklam. Dzięki temu nigdy się nie pogubisz.

**Nowa kampania** Nowy zestaw reklam lub nowa reklama ✕


Zasięg  Aktywność  Sprzedaż z nurtowego

Instalacje aplikacji  Ruch w firmie

Wyświetlenia filmu

Pozyskiwanie kontaktów

Wiadomości

  
**Zasięg**  
Wyświetlanie reklam maksymalnej liczbie osób.

**Nazwij swoją kampanię • Opcjonalnie** ^

**Kampania**  
Uwzględnia cel kampanii i optymalizację budżetu.

**Zestaw reklam**  
Określa Twoją grupę odbiorców, umiejscowienia, harmonogram i wydatki.

**Reklama**  
Zawiera wszystkie ustawienia materiałów reklamowych.

# KAMPANIA

Gdy klikniesz *kontynuuj* ukaże Ci się ogólny widok kampanii. W tym kroku nic nie musisz zmieniać.

The screenshot shows the Facebook Ads campaign setup interface. On the left is a sidebar with navigation options: 'Reklama zasięgowa - post o drzwiach BA...', 'Nowy zestaw reklam z celem Zasięg', 'Nowa reklama z celem Zasięg', and '+ Utwórz zestaw reklam'. The main area is titled 'Reklama zasięgowa - post o drzwiach BASTION' and contains several sections: 'Nazwa kampanii' with a text input field containing 'Reklama zasięgowa - post o drzwiach BASTION' and an 'Utwórz szablon' button; 'Szczególne kategorie reklam' with a text area explaining category requirements and a 'Kategorie' dropdown menu set to 'Nie zadeklarowano kategorii'; 'Informacje o kampanii' with a 'Zobacz rekomendacje' link, 'Typ zakupu' set to 'Aukcja', and 'Cel kampanii' set to 'Zasięg'; 'Test A/B' with an 'Utwórz test A/B' toggle switch; 'Optymalizacja budżetu kampanii' with a 'Wył.' toggle switch; and a 'Zamknij' button with a green checkmark and the text 'Wszystkie zmiany zapisane'.

## ZESTAW REKLAM

Kolejny krok to tworzenie zestawu reklam. W tym miejscu ustalasz kwotę, jaką chcesz przeznaczyć na reklamę oraz czas jej trwania. Konfiguracji podlega również grupa odbiorcza, do której chcesz trafić

### wskazówka 1

Przy ustalaniu budżetu masz do wyboru budżet dzienny lub budżet całkowity. Zalecamy jednak, byś na początku używał budżetu całkowitego - dzięki temu wydasz tylko wpisaną w tym miejscu kwotę.

#### Budżet i harmonogram

##### Budżet ⓘ

Budżet całkowity ▼ 50,00 zł PLN

Nie wydasz więcej niż 50,00 zł przez cały czas wyświetlania zestawu reklam. Wydasz więcej w dni z większą liczbą możliwości oraz mniej w dni z mniejszą liczbą możliwości. [Dowiedz się więcej](#)

##### Harmonogram ⓘ

###### Data rozpoczęcia

5.5.2022

🕒 09:18

Czas Warszawy

###### Zakończenie

15.5.2022

🕒 09:18

Czas Warszawy

[Wyświetl więcej opcji ▼](#)



## wskazówka 2

Przy ustalaniu grupy odbiorców możesz ją zawężyć o miejsce zamieszkania, wiek, płeć, zawód czy zainteresowania. Pamiętaj, że miejsce zamieszkania możesz zawężyć też odległościowo (np. możesz wybrać Radom z zasięgiem 40 km lub zmniejszyć go do 10 km, wybierając tylko sąsiadujące miejscowości).

**Lokalizacje**

Osoby mieszkające w tej lokalizacji lub które niedawno w niej były

Polska

✓ Radom, Masovian Voivodeship + 40 km

✓ Uwzględnij Szukaj lokalizacji Przejrzyj

✓ Miejsowości w promieniu

17 80 40 km

Radom

Upuść pinezkę

Dodaj lokalizacje zbiorcze

**Wiek**

18 - 65+

**Płeć**

Wszyscy

**Szczegółowe opcje targetowania**

Wszystkie dane demograficzne, zainteresowania i zachowania

### wskazówka 3

Pamiętaj też, by odpowiednio nazwać swój zestaw reklam. Dzięki temu nie pogubisz się w przyszłości.

## REKLAMA


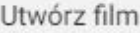
Ostatni etap to tworzenie już samej kreacji, a więc reklamy. Masz tu do wyboru dwie opcje:

1. Możesz stworzyć reklamę od zera.
2. Możesz wykorzystać istniejący już post.

W przypadku wyboru pierwszej opcji ukaże nam się poniższa ramka. Musimy w niej uzupełnić pole tekstowe oraz wgrać multimedia (zdjęcie lub film). Opcjonalnie możemy wgrać link, np. do firmowej strony.

**Materiał reklamowy**  
Wybierz multimedia, tekst i miejsce docelowe reklamy. Możesz również dostosować multimedia i tekst dla każdego umiejscowienia. [Dowiedz się więcej](#)

**Multimedia**

 Dodaj multimedia ▼ 

**Podstawowy tekst** 1 z 5

**Dodaj adres URL witryny**  
Jeżeli dodasz adres URL w witrynie, osoby, które klikną reklamę lub jej dotkną, przejdą do witryny. W innym przypadku przejdą do Twojej strony na Facebooku lub konta na Instagramie.

Z kolei jeśli chcemy wybrać drugą opcję w ramce z konfiguracją reklamy musimy wybrać *Użyj istniejącego posta*. Wówczas ukaże nam się ramka, z której będziemy mogli wskazać interesujący nas post.

**Tożsamość**

**Strona na Facebooku**

DOORsystem ▼

**Konto na Instagramie** ⓘ

Użyj wybranej strony ▼ lub Połącz konto

---

**Konfiguracja reklamy**

Utwórz reklamę ▼

Utwórz reklamę

Użyj istniejącego posta

Użyj wizualizacji Centrum reklam

Reklama karuzelowa  
Przynajmniej 2 obrazy lub filmy z możliwością przewijania

Kolekcja  
Grupa elementów otwieranych w trybie pełnoekranowym na urządzeniu mobilnym

**Mobilny efekt pełnoekranowy**

Dodaj materiał błyskawiczny

---

**Materiał reklamowy**

Wybierz multimedia, tekst i miejsce docelowe reklamy.  
Możesz również dostosować multimedia i tekst dla

**Materiał reklamowy**

Wybierz multimedia, tekst i miejsce docelowe reklamy.  
Możesz również dostosować multimedia i tekst dla każdego umiejscowienia. [Dowiedz się więcej](#)

Wybierz post    + Utwórz post

**Post jest wymagany. Dodaj lub utwórz post, aby opublikować.** ⓘ ×

[Wprowadź identyfikator posta](#)

Finalizacją wszystkiego jest oczywiście zielony przycisk *Opublikuj*, który wprawia Twoje reklamy w ruch. Zanim jednak to nastąpi Facebook dokona weryfikacji Twojej reklamy pod kątem naruszania standardów społeczności Facebooka (swoją drogą poczytasz o nich tutaj: <https://bit.ly/3MNkh7D>). Weryfikacja reklamy trwa do 24 h, jednak najczęściej jej akceptacja następuje po kilku minutach.

# Podsumowanie

Mamy nadzieję, że kurs dotyczący reklamowania na Facebooku nie przerosł Cię za bardzo. Uwierz - to tylko tak strasznie wygląda, a w praktyce wydaje się całkiem przyjemne. Najbardziej zadowolające jest, gdy z reklamy wpadają Ci kolejni obserwujący, aktywności czy zapytania. Naprawdę nie ma nic lepszego niż budujący komentarz, wierny widz czy zaangażowana społeczność.