



Zrównoważony marketing online: kampanie płatne i zielone kompetencje w cyfrowym ekosystemie – szkolenie

Skrypt szkoleniowy

KONSPEKT ZAJĘĆ:

1. Strategiczne podstawy marketingu online i planowanie kampanii (10 godz., w tym cz. teoretyczna - 5 godz. i cz. praktyczna - 5 godz.)

- Wprowadzenie do kampanii płatnych – ekosystem reklam online, pojęcia (PPC, CPM, CPC, KPI)
- Planowanie kampanii – określanie celów, grup docelowych i budżetu na przykładzie profilu ARBEZ
- Google Ads (Search) – tworzenie kampanii w sieci wyszukiwania (dobór słów, tworzenie reklam tekstowych)
- Ćwiczenie: konfiguracja przykładowej kampanii Google Ads w wyszukiwarce dla oferty ARBEZ

2. Kampanie display i social media – efektywna reklama i odpowiedzialna komunikacja (10 godz., w tym cz. teoretyczna - 4 godz. i cz.praktyczna - 6 godz.)

- Google Ads (Display) – reklama banerowa i remarketing (formaty, kierowanie, sieć GDN)
- Ćwiczenie: przygotowanie kampanii display/remarketing w Google Ads dla ARBEZ
- Facebook & Instagram Ads – tworzenie kampanii w Menedżerze Reklam (grupy odbiorców, formaty reklam)
- Ćwiczenie: ustawienie przykładowej kampanii reklamowej na Facebook/Instagram (cel: zasięg lub leady)

3. Reklama B2B i nowe kanały – profesjonalne dotarcie do klientów biznesowych (10 godz., w tym cz. teoretyczna - 4 godz. i cz. praktyczna -6 godz.)

- LinkedIn Ads – specyfika reklamy B2B, targetowanie po stanowiskach i branżach
- Ćwiczenie: zaplanowanie kampanii lead generation na LinkedIn (tworzenie formularza kontaktowego)
- Inne platformy – przegląd możliwości reklamowych na YouTube i TikTok
- Dyskusja: ocena przydatności YouTube/TikTok Ads dla branży (czy i jak je wykorzystać)

4. Od kliknięcia do konwersji – projektowanie i zarządzanie lejkiem sprzedażowym (10 godz., w tym cz. teoretyczna - 4 godz. i cz. praktyczna- 6 godz.)

- Landing page – elementy skutecznej strony lądowania (układ, oferta, CTA, formularz)
- Warsztat: stworzenie szkicu landing page dla wybranej oferty ARBEZ (np. strony z formularzem zapisu)
- Generowanie leadów – techniki zachęcania do pozostawienia kontaktu (lead magnety, webinary, newsletter)
- Lead nurturing – omówienie procesu opieki nad leadem (automatyzacja e-mail, follow-up sprzedażowy)

5. Zrównoważony rozwój i efektywność – analiza, optymalizacja i zielone kompetencje (9 godz., w tym cz. teoretyczna - 5 godz. i cz.praktyczna - 4 godz.)

- Analiza wyników kampanii – kluczowe wskaźniki efektywności (ROI, CTR, CPL itp.)
- Monitorowanie i raportowanie – narzędzia do śledzenia konwersji (Google Analytics, piksel Facebook)
- Optymalizacja kampanii – identyfikacja problemów i wdrażanie ulepszeń (optymalizacja stawek, A/B testy reklam)
- Skalowanie – jak zwiększać zasięg i budżet kampanii przy zachowaniu efektywności
- Etyczne i ekologiczne aspekty reklamy online (np. ograniczanie emisji CO₂ przez odpowiednie formaty reklam)
- Promowanie produktów i usług w sposób wspierający zrównoważony rozwój
- Narzędzia do monitorowania wpływu kampanii na środowisko
- Ćwiczenie: przygotowanie mini-koncepcji kampanii z elementami zielonego marketingu dla przedsiębiorstwa

Walidacja (1h)