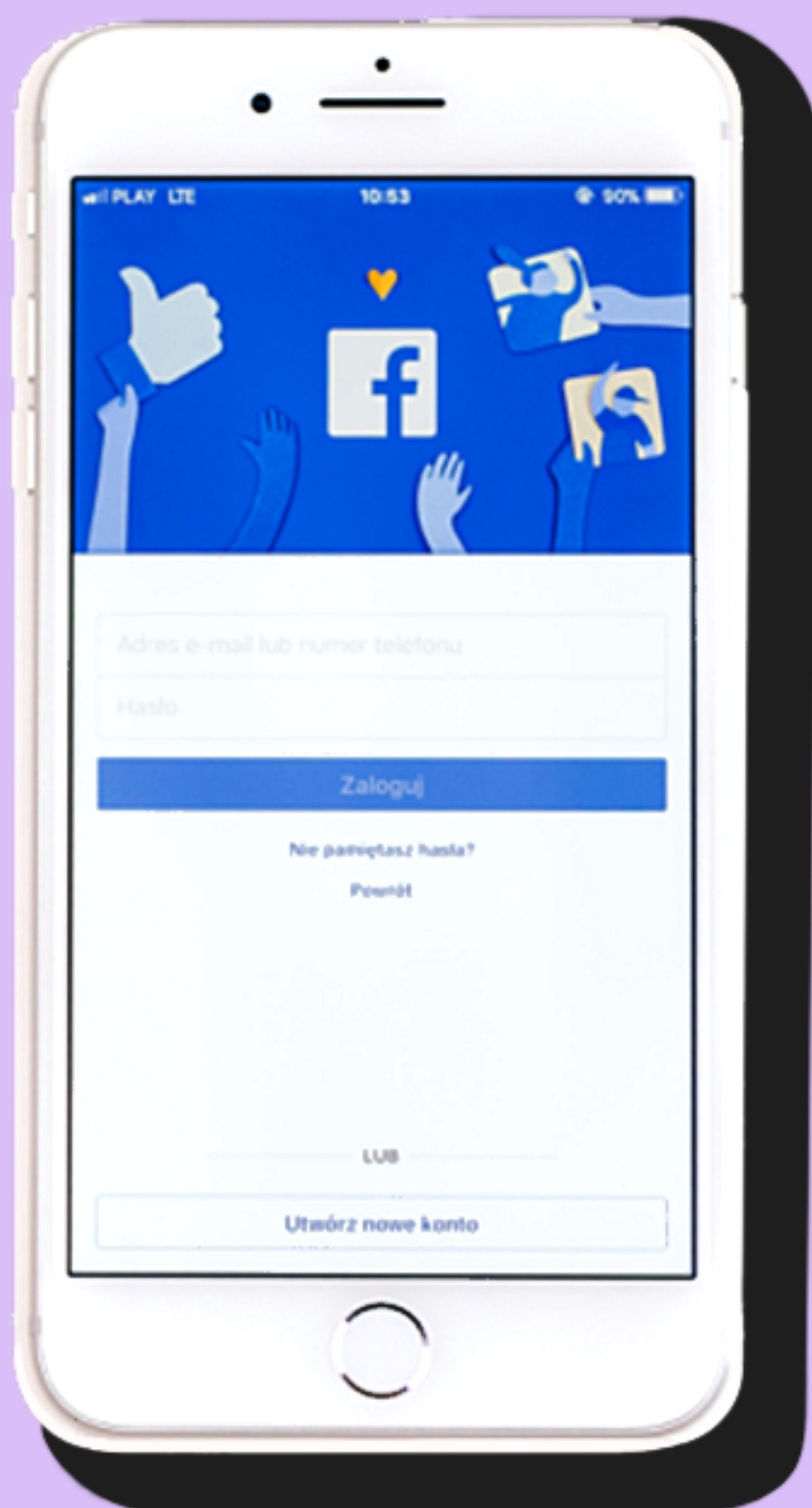


# CHECK-LISTA

## PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY

@INSTA.LIDIIA



# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 1. SPRAWDŹ, CZY WYBRANA GRUPA ODBIORCÓW PASUJE DO SEGMENTACJI KLIENTÓW

Nie możesz po prostu wybrać grupy docelowej tak, jak chcesz. Musisz poprawnie określić:

- wiek odbiorców
- geolokalizację
- zainteresowania odbiorców

**Digital (25-45 Ж)**

**Lokalizacja:**  
Polska

**Wiek:**  
25-45

**Płeć:**  
Kobieta

**Język:**  
polski

**Pasujące osoby:**  
Zainteresowania: Marketing cyfrowy (marketing), Marketing w mediach społecznościowych (marketing), Reklama internetowa (marketing) lub Reklama (marketing), Przedmiot kierunkowy: Online-Marketing

Edytuj

# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 2. WYBIERZ WŁAŚCIWY CEL REKLAMOWY PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY

W zależności od tego, który cel wybierzesz, taki wynik uzyskasz

Jeśli chcesz uzyskać konwersje na stronie, wybierz „Ruch”

Jeśli chcesz wiadomości i korespondencji z klientami, wybierz „Aktywność”


[Utwórz nową kampanię](#) Nowy zestaw reklam lub nowa reklama ×

Typ zakupu

Aukcja


**Wybierz cel kampanii**

☐




Rozpoznawalność

☐




Ruch

☐




Aktywność

☐




Kontakty

☐



Promocja aplikacji

☐



Sprzedaż



Cel kampanii to cel biznesowy, który chcesz osiągnąć poprzez wyświetlanie reklam. Ustaw kursor na odpowiednim celu, aby uzyskać więcej informacji.











# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 3. SPRAWDŹ, CZY UTWORZYŁEŚ 3-6 KREACJI DLA SWOICH REKLAM

✗ Jedna lub dwie kreacje to błąd

✓ Każda grupa reklam powinna ZAWSZE zawierać od 3 do 6 kreacji

Pozwoli to algorytmom reklamowym znaleźć najlepszą kreację, która zapewni najlepsze wyniki

Kampanie		Wybrano 1 x		Zestawy reklam	
+ Utwórz		Edytuj	Test A/B	Podgląd	Reguly
	Wyl. / Wł.	Reklama	Realizacja ↑	Ustawienie atrybucji	Wyniki
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 08	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 05	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 04	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 02	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenia :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 06	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 01	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	 03	● Aktywna	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	 07	Wyl.	7-dniowe klikni...	Wyświetlenie :
Wyniki z 8 reklam ⓘ				7-dniowe klik...	

# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

@INSTA.LIDIA

## 4. TWÓRZ KREACJE DLA POSTÓW I DLA STORIES W ODPOWIEDNICH FORMATACH

**POST: 1080 x 1080**



**STORIES: 1080 x 1920**



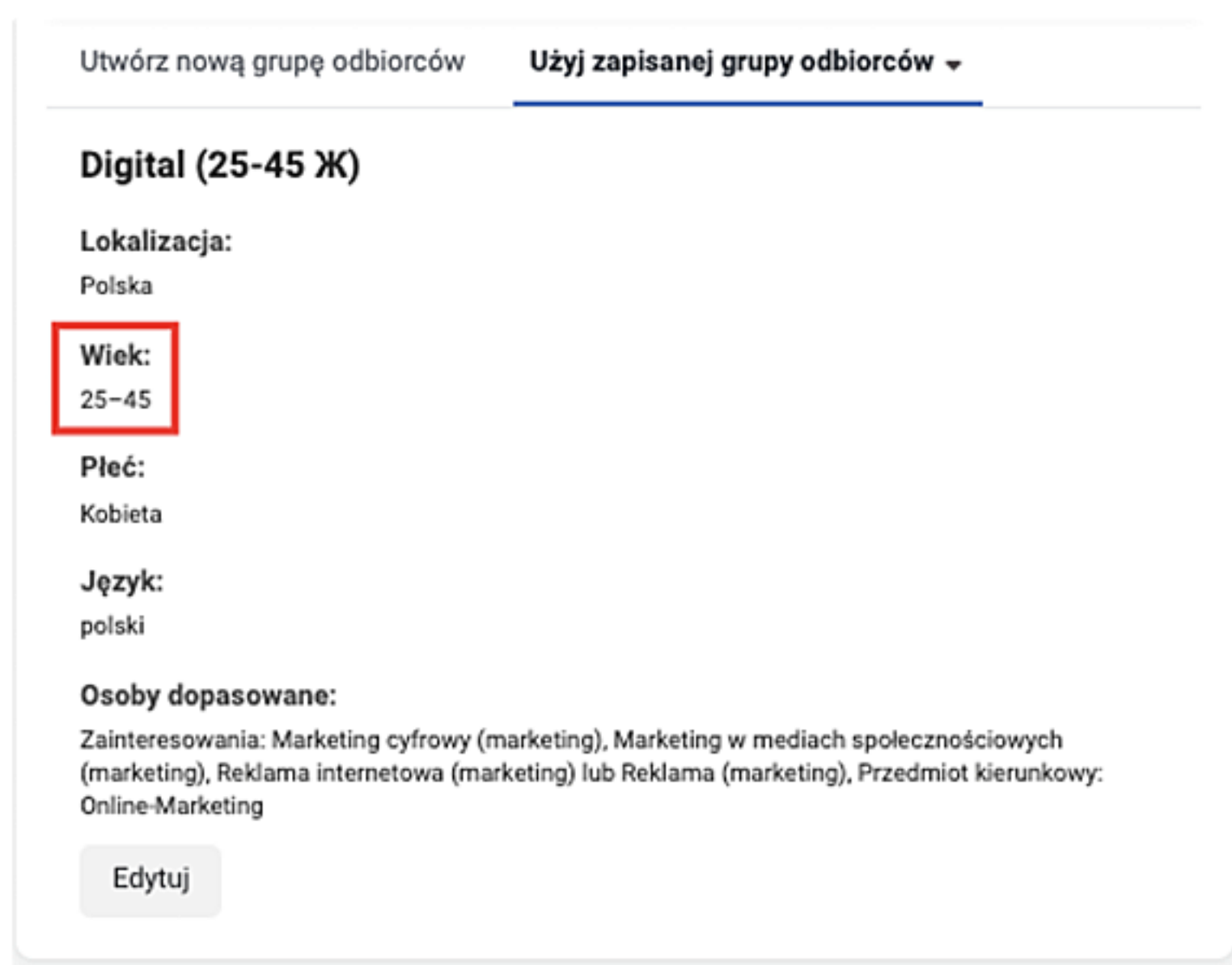


# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 5. SPRAWDŹ, CZY WPROWADZIŁEŚ PRAWIDŁOWY WIEK W USTAWIENIACH REKLAM

**✗** Ustawienie wieku od 18 do 65 lat jest poważnym błędem

**✓** Idealny wiek to 25-45 lat\*



Utwórz nową grupę odbiorców    Użyj zapisanej grupy odbiorców ▾

**Digital (25-45 Ж)**

Lokalizacja:  
Polska

**Wiek:**  
25-45

Płeć:  
Kobieta

Język:  
polski

Osoby dopasowane:  
Zainteresowania: Marketing cyfrowy (marketing), Marketing w mediach społecznościowych (marketing), Reklama internetowa (marketing) lub Reklama (marketing), Przedmiot kierunkowy: Online-Marketing

Edytuj

\* Chyba, że sprzedajesz coś dla osób w wieku 60+  
- wtedy wybieraj wiek 60 lat i więcej

# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

@INSTA.LIDIA

## 6. SPRAWDŹ REKLAMĘ PO URUCHOMIENIU

Nawet doświadczeni eksperci mogą popełniać błędy, więc upewnij się, że sprawdziłeś reklamę po jej uruchomieniu, aby zobaczyć, jak będzie wyglądać

Kampanie

Wybrano 1

Zestawy reklam

















+ Utwórz

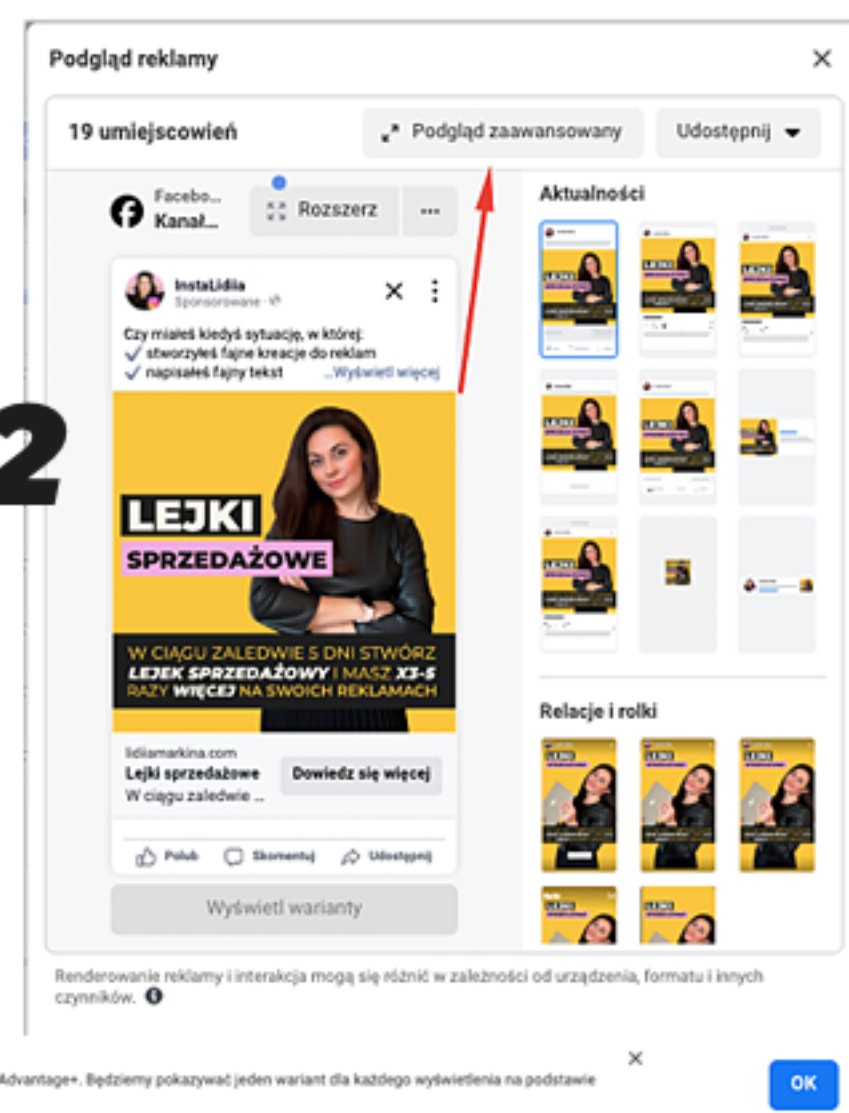
Powiel

Edytuj

Test A/B

Podgląd

<input type="checkbox"/>	Wyt. / Wł.	Reklama	Realizacja ↑	Ustawienie atrybucji
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<div>08</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
1	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>05</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>04</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>02</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>06</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>01</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
<input type="checkbox"/>	<input checked="" type="checkbox"/>	<div>03</div>	<div>...</div>	<div><div>Aktywna</div>7-dniowe klikni...</div>
<input type="checkbox"/>	<input type="checkbox"/>	<div>07</div>	<div>...</div>	<div><div>Wyt.</div>7-dniowe klikni...</div>
Wyniki z 8 reklam				7-dniowe klik...



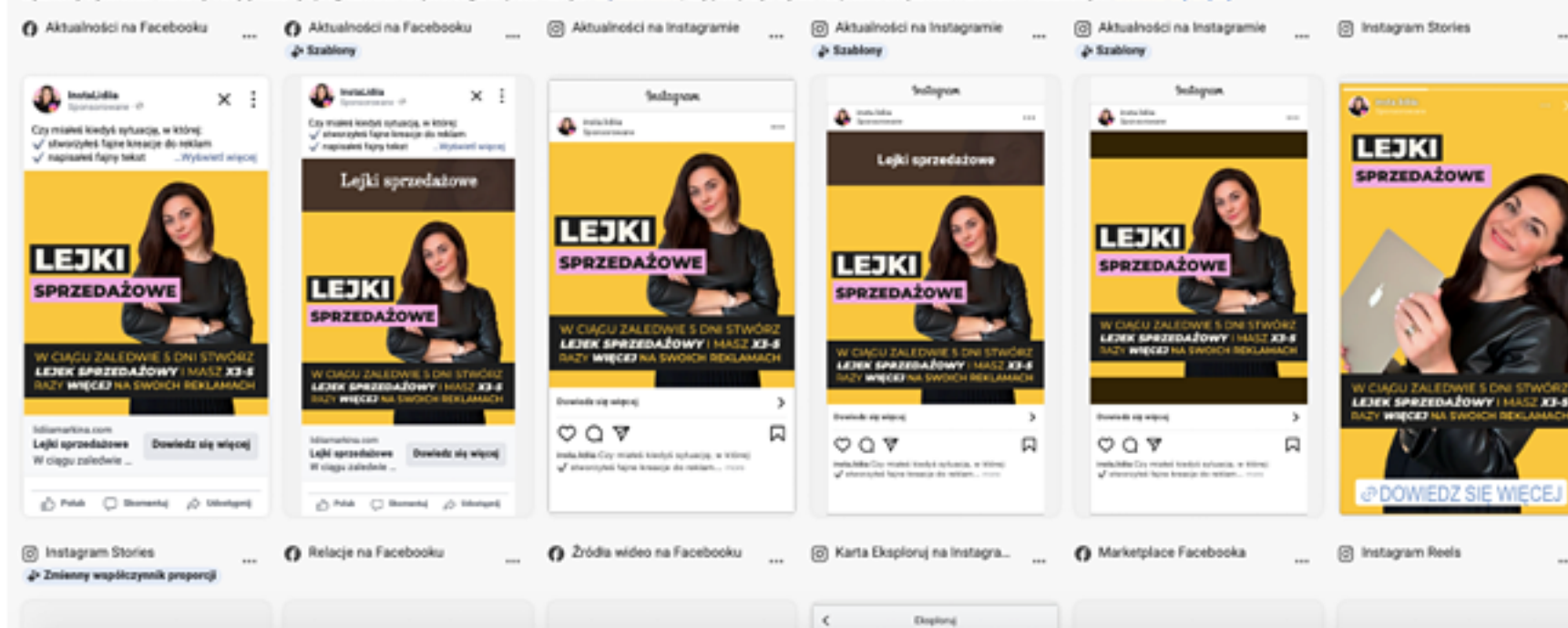
### Podgląd zaawansowany

Możesz sprawdzić, w jaki sposób Twoja reklama będzie wyświetlana w różnych umiejscowieniach oraz jak może zostać dostosowana do danej osoby przy użyciu materiału reklamowego Advantage+. Będziemy pokazywać jeden wariant dla każdego wyświetlenia na podstawie naszych przewidywań dotyczących osiągnięcia najlepszych wyników.

Wszystkie | Aktualności, Reklamy in-stream w filmach i rolkach, Wyniki wyszukiwania | Relacje i rolki | Prawa kolumna, Wyniki wyszukiwania

### Wyświetlane wersje Twojej reklamy

Będziemy wyświetlać warianty Twojej reklamy i prognozować ich postrzeganie przez różnych użytkowników, aby polepszyć wyniki i zapobiec zmęczeniu materiałem reklamowym. [Dowiedz się więcej](#)



CHECK-LISTA

7

PRZED URUCHOMIENIEM  
REKLAMY



# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 7. SPRAWDŹ TEKST REKLAMY

W reklamach często stosuje się tekst oparty na formule **PWR: PROBLEM, WZMOCNIENIE, ROZWIĄZANIE**

- Opisz problem grupy docelowej
- Wzmocnij go
- Zaproponuj rozwiązanie

**Przykład:**

**Więcej tutaj!**



InstaLidiia  
12 godz. · 🌐

Czy miałeś kiedyś sytuację, w której:

- ✓ stworzyłeś fajne kreacje do reklam
- ✓ napisałeś fajny tekst
- ✓ spędziłeś czas próbując znaleźć swoich odbiorców
- ✓ uruchomiłeś reklamę z nadzieją na udaną sprzedaż, ale w rezultacie

Wynik reklamy:  
Nie uzyskałeś żadnej sprzedaży z reklamy i zmarnowałeś swój budżet.

Dlaczego reklama nie przynosi rezultatów?  
Kiedyś myślałam tak, jak zwykle myślą przedsiębiorcy, a mianowicie:

Myślałam, że to wystarczy...

- stworzyć kreacje
- napisać tekst reklamy
- wybrać cel reklamy

I to wszystko!  
Tak! To może przynieść rezultaty...

Ale kiedy próbowałam stworzyć lejki sprzedaży, mój wynik był 3 razy lepszy....

Co mogą dać ci lejki sprzedażowe

- ✓ x3x lub nawet x5 więcej biznesu
- ✓ Będziesz mógł bezpiecznie wydawać pieniądze na reklamę, ponieważ będziesz wiedział, że przyniesie ona rezultaty
- ✓ Szybki wzrost bazy klientów

I wiele więcej...

Kliknij przycisk, aby dowiedzieć się więcej o lejkach sprzedaży...

**LEJKI**

**SPRZEDAŻOWE**

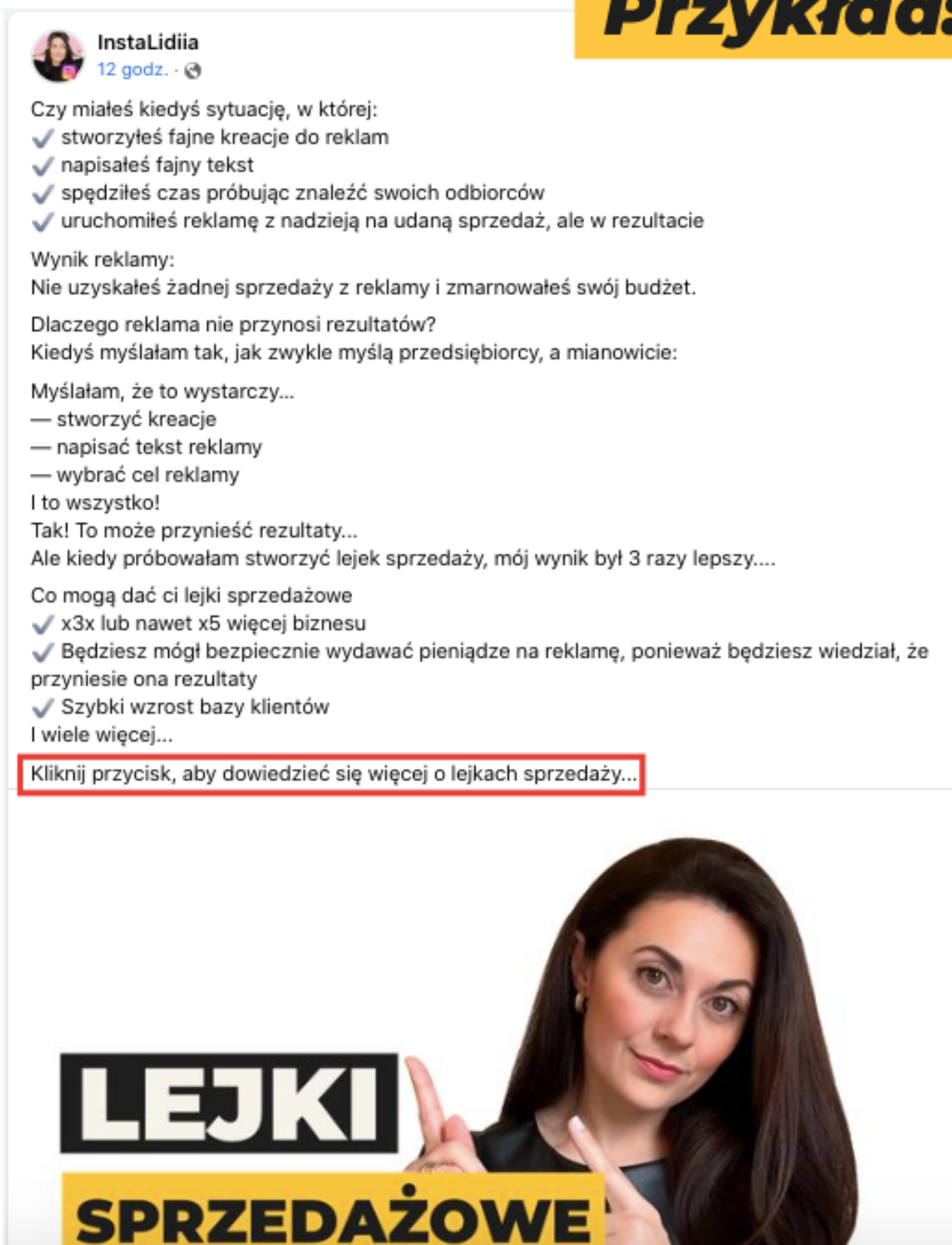


# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

## 8. SPRAWDŹ, CZY PO TEKŚCIE ZNAJDUJE SIĘ WEZWANIE DO DZIAŁANIA

W zależności od celu reklamy może to być: dowiedzieć się więcej na stronie, napisać wiadomość lub zapisać się do newslettera itp.

### Przykład:



**InstaLidiia**  
12 godz. · 🌐

Czy miałeś kiedyś sytuację, w której:

- ✓ stworzyłeś fajne kreacje do reklam
- ✓ napisałeś fajny tekst
- ✓ spędziłeś czas próbując znaleźć swoich odbiorców
- ✓ uruchomiłeś reklamę z nadzieją na udaną sprzedaż, ale w rezultacie

Wynik reklamy:  
Nie uzyskałeś żadnej sprzedaży z reklamy i zmarnowałeś swój budżet.

Dlaczego reklama nie przynosi rezultatów?  
Kiedyś myślałam tak, jak zwykle myślą przedsiębiorcy, a mianowicie:

Myślałam, że to wystarczy...

- stworzyć kreacje
- napisać tekst reklamy
- wybrać cel reklamy

I to wszystko!

Tak! To może przynieść rezultaty...

Ale kiedy próbowałam stworzyć lejek sprzedaży, mój wynik był 3 razy lepszy....

Co mogą dać ci lejki sprzedażowe

- ✓ x3x lub nawet x5 więcej biznesu
- ✓ Będziesz mógł bezpiecznie wydawać pieniądze na reklamę, ponieważ będziesz wiedział, że przyniesie ona rezultaty
- ✓ Szybki wzrost bazy klientów

I wiele więcej...

Kliknij przycisk, aby dowiedzieć się więcej o lejkach sprzedaży...

**LEJKI**  
**SPRZEDAŻOWE**

# CHECK-LISTA PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY NA FACEBOOK

- ☐ **1. SPRAWDŹ, CZY WYBRANA GRUPA ODBIORCÓW PASUJE DO SEGMENTACJI KLIENTÓW**
- ☐ **2. WYBIERZ WŁAŚCIWY CEL REKLAMOWY PRZED URUCHOMIENIEM REKLAMY**
- ☐ **3. SPRAWDŹ, CZY UTWORZYŁEŚ 3-6 KREACJI DLA SWOICH REKLAM**
- ☐ **4. TWÓRZ KREACJE DLA POSTÓW I DLA STORIES W ODPOWIEDNICH FORMATACH**
- ☐ **5. SPRAWDŹ, CZY WPROWADZIŁEŚ PRAWIDŁOWY WIEK W USTAWIENIACH REKLAM**
- ☐ **6. SPRAWDŹ REKLAMĘ PO URUCHOMIENIU**
- ☐ **7. SPRAWDŹ TEKST REKLAMY**
- ☐ **8. SPRAWDŹ, CZY PO TEKŚCIE ZNAJDUJE SIĘ WEZWANIE DO DZIAŁANIA**

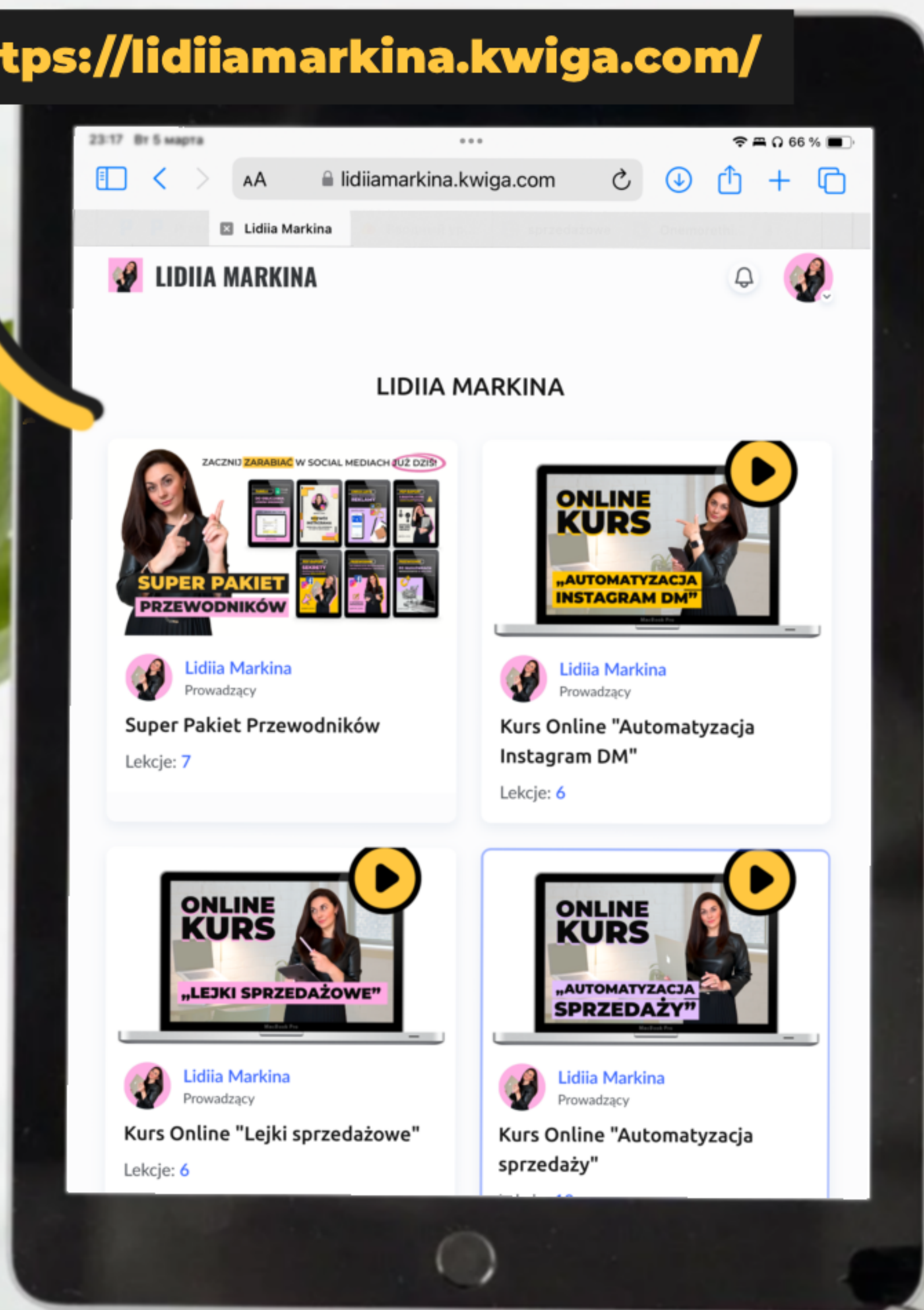


Chcesz zwiększyć swoje dochody z social mediów x3-5?

**ZAPRASZAM DO MOJEJ SZKOŁY!**

**<https://lidiiamarkina.kwiga.com/>**

**ZAOBSERWUJ**



**@INSTA.LIDIJA**