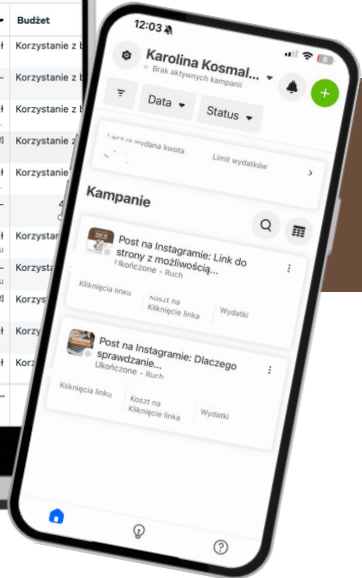


Zestawy reklam 1 Kampania Reklamy 1 Kampania

Wyświetlenia Z wyświetleniem Aktywne reklamy Więcej wyświetleń

Test A/B Więcej Kolumny: Skuteczność ... Podział Raporty

	Wyniki	Zasięg	Wyświetle...	Częstotliwość	Koszt/wynik	Budżet
	40	17 788	52 880	2,93	33,56 zł	Korzystanie z b...
	Kontakty na Facebooku	—	6373	11 613	1,81	Za kontakty na Face...
	—	—	—	—	—	Korzystanie z b...
	3	10 308	26 911	2,51	170,33 zł	Korzystanie z b...
	wysłanie formularza	—	—	—	—	Za wysłanie formula...
	1636 zł	33 132	94 252	2,84	0,37 zł zł	Korzystanie z b...
	Wyświetlenia stro...	—	—	—	—	Za wyświetlenie s...
	4	15 107	29 525	1,94	109,50 zł	Korzystanie z b...
	wysłanie formularza	—	—	—	—	Za wysłanie formula...
	—	478	—	1,73	—	Za rozpoczęcie kon...
	Rozpoczęto konwers...	—	—	—	—	Korzystanie z b...
	7087	110 029	—	3,31	0,27 zł	Korzystanie z b...
	Kliknięcia linku	—	—	—	—	Za kliknięcie linku
	—	—	—	—	—	Korzystanie z b...
	Kliknięcia linku	—	—	—	—	Za kliknięcie linku
	2585 zł	205 767	—	3,88	2,41 zł zł	Korzystanie z b...
	Wyświetlenia stro...	—	—	—	—	Korzystanie z b...
	709	28 898	—	2,31	0,79 zł	Korzystanie z b...
	Aktywność użytkow...	—	—	—	—	Za aktywność zwiaź...
	4	4227	—	2,24	73,66 zł	Korzystanie z b...
	Kontakty na Facebooku	—	—	—	—	Za kontakty na Face...
	—	635 867	215 181	4,74	—	Konta w Centrum kont
	—	—	—	—	—	Łącznie
	—	—	—	—	—	Za konto w Centrum ...



KONTO REKLAMOWE META ADS KROK PO KROKU

Twórz reklamy
jak profesjonalistka!

KAROLINA KOSMAŁSKA



Cześć!

Założenie i poprawne skonfigurowanie konta reklamowego to pierwszy krok do tworzenia profesjonalnych reklam na Facebooku i Instagramie.

Z doświadczenia wiem, że może to stwarzać wiele problemów, a w konsekwencji zniechęcić do korzystania z dobrodziejstw Menedżera Reklam.

Ten e-book powstał po to, aby przeprowadzić Cię krok po kroku przez cały proces, więc jeśli chcesz zacząć reklamować swoje produkty za pomocą profesjonalnie stworzonych reklam Meta Ads ale ciągle napotykałaś na swojej drodze problemy to na kolejnych stronach wszystkie je rozwiążemy :)

E-book został napisany tak, aby po kolei przeprowadzić Cię przez każdy etap konfiguracji, więc nie pomijaj żadnego kroku.

Niestety, musisz również wiedzieć, że system reklamowy Meta stale się zmienia. Praktycznie każdego dnia spotykam się z czymś nowym, więc jeżeli:

- którykolwiek z przycisków będzie nazywał się inaczej,
- kolory przycisków będą się różnić,
- układ w Twoim widoku panelu będzie inny

staraj się podążać za wskazówkami.

Mam nadzieję, że poradzisz sobie bez problemu – gdybyś jednak natrafiła na problem nie do rozwiązania napisz do mnie. Postaram się pomóc.

Powodzenia!



SPIS TREŚCI

1

Po co ci konto reklamowe?

2

Portfolio firmowe

3

Zakładanie konta reklamowego

4

Dodawanie danych do faktury

5

Dodawanie metody płatności

6

Tworzenie Piksela

7

Łączenie portfolio firmowego
z zasobami

8

Bezpieczeństwo
Twojego konta

01

PO CO CI KONTO REKLAMOWE?

“A po co mi to?” to chyba jedno z najczęściej zadawanych pytań przez osoby, które nie miały jeszcze styczności z kontem reklamowym w Menedżerze Reklam Meta Ads.

Większość osób, które znam (w tym ja) swoją przygodę z reklamami na Facebooku i Instagramie zaczynały korzystając z przycisku “Promuj post”, który możemy kliknąć bezpośrednio pod opublikowanym postem.



WAŻNE!

Od lutego 2024 r. za promowanie materiałów w aplikacji Facebook na iOS z poziomu iPhone'a lub iPada będziesz płacić za pośrednictwem Apple App Store. Więcej możesz o tym przeczytać **tutaj**.

Jest to najprostsza opcja na stworzenie reklamy w internecie, ale dużo lepszym rozwiązaniem, dającym szereg zaawansowanych możliwości jest korzystanie z Menedżera reklam, który jest bezpłatnym narzędziem oferowanym przez Metę.

Oto porównanie tych dwóch opcji:

	“PROMUJ POST”	MENEDŻER REKLAM
PANEL	ograniczone opcje personalizacji	pełna możliwość dostosowania panelu do własnych potrzeb
TARGETOWANIE	podstawowe opcje takie jak wiek, płeć czy lokalizacja	możliwość tworzenia grup odbiorców w oparciu np. o wizyty na stronie, podobieństwo czy listę kontaktów
BUDŻET I CZAS TRWANIA	budżet dzienny, brak możliwości planowania kampanii	budżet dzienny lub całkowity, wiele możliwości planowania
STATYSTYKI	ograniczone do kilku podstawowych statystyk (zasięg, koszt/aktywność, ilość interakcji itp.)	bardzo rozbudowane, możliwość tworzenia raportów i porównywania różnych okresów

Czy to oznacza, że reklamowanie z użyciem przycisku “Promuj post” jest bezużyteczne? Na pewno nie, ale jeśli chcesz mieć pełną kontrolę nad swoimi reklamami i dostęp do wszystkich funkcjonalności konto reklamowe jest niezbędne. I bardzo mocno zachęcam do tego, by je posiadać.

02

PORTFOLIO FIRMOWE I ZASOBY

Portfolio firmowe można porównać do worka, w którym zebrane są wszystkie narzędzia (zasoby), które będą Ci potrzebne w tworzeniu różnego typu reklam:

- Fanpage na Facebooku
- konto na Instagramie
- Piksel
- konto WhatsApp
- Katalogi produktów
- Aplikacje

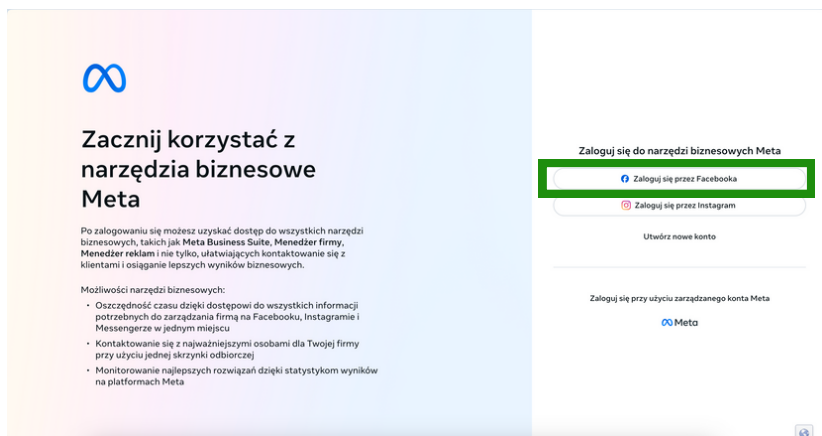
i tym podobne.

Poprzez portfolio możesz również zarządzać najważniejszymi danymi dotyczącymi Twojej firmy jak np. dostępy czy formy płatności.



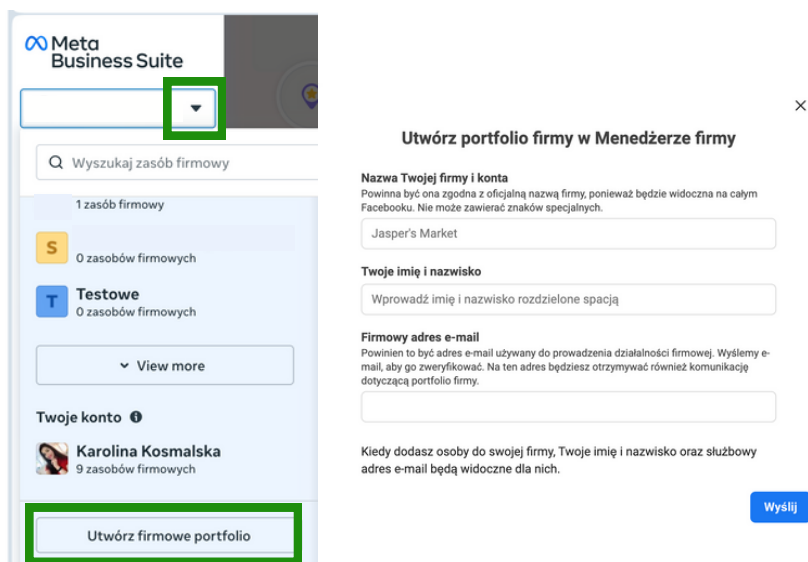
Zanim więc przejdziemy bezpośrednio do tworzenia konta reklamowego najpierw stworzymy ów "worek", aby od samego początku trzymać wszystkie nasze zasoby w jednym miejscu.

Krok 1: Przejdź do business.facebook.com w przeglądarce na komputerze.



Krok 2: Kliknij “Zaloguj się przez Facebooka” i wprowadź dane logowania.

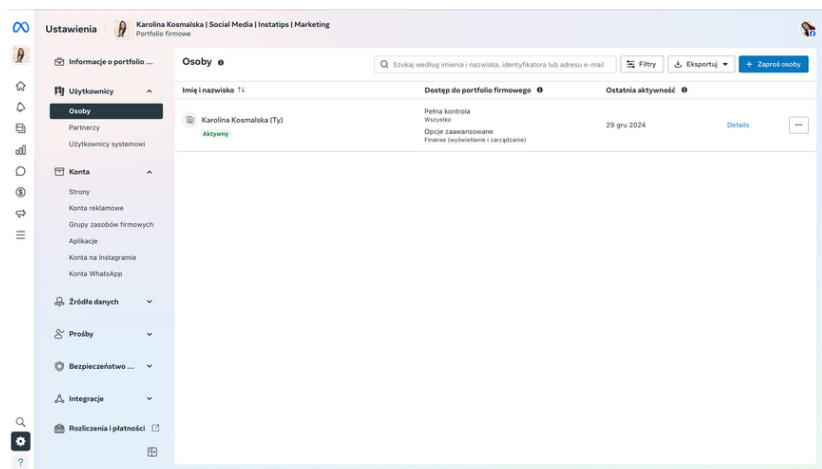
Krok 3: Po zalogowaniu rozwiń pasek po lewej stronie i wybierz opcję “Utwórz portfolio firmowe”, a następnie uzupełnij dane.



WAŻNE!

Jeśli posiadasz nowo założone konto osobiste na Facebooku to musi minąć ok. 1-2h aż będziesz mogła utworzyć portfolio firmowe.

Twoje nowo utworzone portfolio firmowe wyglądać powinno mniej więcej tak jak na poniższym screenie*

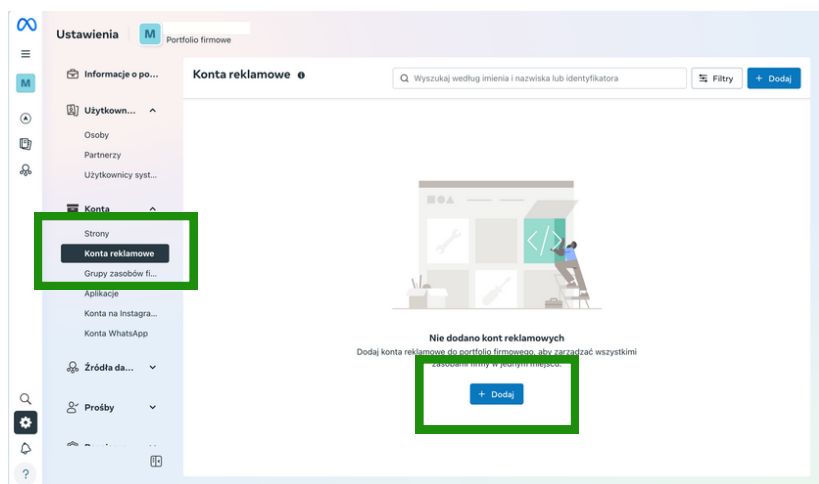


**nie przejmuj się tym, że niektóre nazwy sekcji, kolory lub przyciski mogą być nazwane nieco inaczej. Meta często wprowadza zmiany i testuje nowe układy oraz rozwiązania, stąd poszczególne konta mogą się między sobą nieco różnić*

03

ZAKŁADANIE KONTA REKLAMOWEGO

Krok 1: Z paska po lewej stronie wybierz zakładkę "Konta", a następnie "Konta reklamowe". Kliknij "+Dodaj".



Krok 2: W 99% przypadków w oknie "Co chcesz zrobić?" wybieramy "Utwórz nowe konto reklamowe".

Co chcesz zrobić?

Utwórz nowe konto reklamowe

Zarządzaj reklamami swojej firmy, marki lub organizacji.

Zgłoś prawa do istniejącego konta reklamowego

Przenieś konto reklamowe do portfolio firmowego. Po zgłoszeniu praw do konta reklamowego nie można go usunąć.

Zalecane w sytuacji, kiedy trzeba zarządzać kontem reklamowym za pomocą portfolio firmowego służącego do obsługi również innych kont reklamowych, stron na Facebooku lub innych zasobów firmowych.

Poproś o udostępnienie konta reklamowego

Nie przenoś konta reklamowego. Dostęp będzie współdzielony z tym portfolio firmowym.

Najlepsze rozwiązanie dla agencji, które potrzebują dostępu do konta reklamowego swojego klienta.

Krok 3: Nadajemy nazwę konta reklamowego (np. Konto reklamowe – Karolina) oraz wybieramy odpowiednią strefę czasową i walutę w jakiej będziemy dokonywać płatności. Następnie klikamy "Dalej".

Utwórz nowe konto reklamowe

Szczegółowe info...

Wykorzystanie

Potwierdź

Gotowe

Podaj szczegółowe informacje o koncie reklamowym

Zarządzaj reklamami swojej firmy, marki lub organizacji.

Nazwa konta reklamowego

Strefa czasowa

(GMT+01:00) Europe/Vienna

Waluta

USD — Dolar amerykański

Anuluj

Dalej

7

WAŻNE!

Zmiana waluty i strefy czasowej w późniejszym czasie jest niemożliwa, więc upewnij się, że zaznaczyłeś poprawne opcje!

Krok 4: Zaznaczamy, że konto reklamowe będzie używane w imieniu „Mojej firmy”.

Utwórz nowe konto reklamowe

- ☒ Szczegółowe info...
- ☐ Wykorzystanie
- ☐ Potwierdź
- ☐ Gotowe

Kto będzie korzystać z tego konta reklamowego? ×

To konto reklamowe będzie używane w imieniu

☒ Mojej firmy

☐ Innej firmy lub klienta

Prawidłowy wybór tego ustawienia jest bardzo ważny, gdyż dzięki temu nazwy firm będą wyświetlane na Facebooku, gdy utworzysz reklamę w ich imieniu, a także będą widoczne w oknie dialogowym „W czym imieniu będzie używane to konto reklamowe”. Możesz również uzyskać dostęp do funkcji Menedżera grup odbiorców innych firm, włącznie z narzędziami do ustawiania wielkości grup niestandardowych odbiorców i wykluczania nakładania się grup odbiorców. Dowiedz się więcej

Wstecz Dalej

Krok 5: W ostatnim kroku akceptujemy regulamin i zasady zamieszczania reklam i klikamy „Utwórz konto reklamowe”.

Utwórz nowe konto reklamowe

- ☒ Szczegółowe info...
- ☒ Wykorzystanie
- ☐ Potwierdź
- ☐ Gotowe

Czy na pewno chcesz kontynuować? ×

Konto reklamowe zostanie utworzone i dodane do portfolio firmowego Mateusz Sobaczak.

Twoja prośba

M Portfolio firmowe

Konto reklamowe - instrukcja

Konto reklamowe

Dostęp do konta reklamowego

Administratorzy firmy z pełną kontrolą nad tym portfolio firmowym będą mogli zarządzać również utworzonym kontem reklamowym.

☐ Akceptuję Regulamin Meta i Zasady zamieszczania reklam w imieniu portfolio firmowego Mateusz Sobaczak. Mam świadomość tego, że regulamin i zasady dotyczą aktywności związanej ze wszystkimi kontami reklamowymi w tym portfolio firmowym.

Wstecz Utwórz konto reklamowe

04

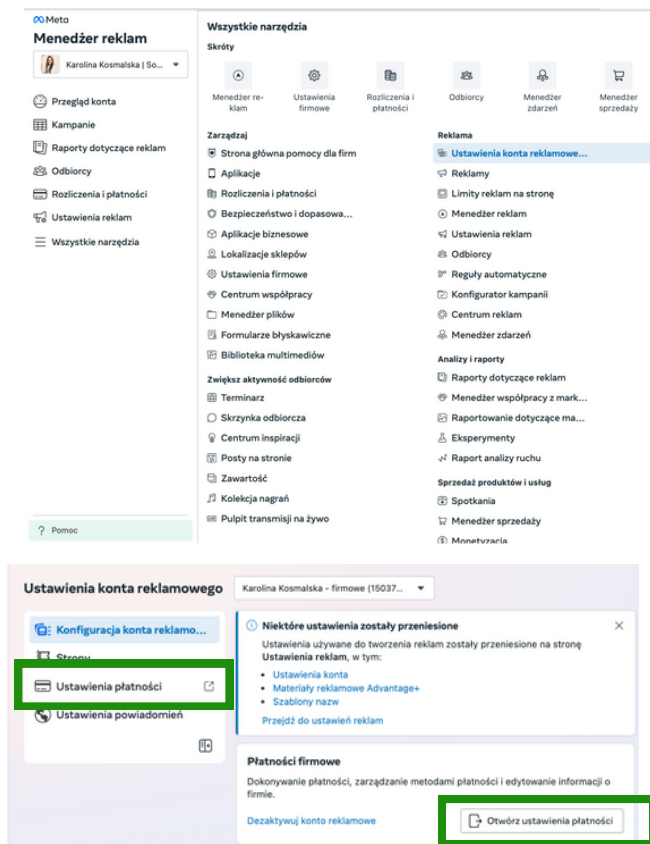
DODAWANIE DANYCH DO FAKTURY

Posiadając działalność możesz dodać do konta reklamowego dane swojej firmy. Wówczas, po wystawieniu faktury przez Metę możesz ją pobrać i przekierować do księgowości.

WAŻNE!

Zmiana waluty i strefy czasowej w późniejszym czasie jest niemożliwa, więc upewnij się, że zaznaczyłaś poprawne opcje!

Krok 1: Aby dodać dane do faktury wejdź na swoje konto reklamowe. Możesz to zrobić używając [tego linku](#). Upewnij się, że jesteś na koncie reklamowym należącym do Twojego portfolio firmowego i z paska po lewej stronie wybierz opcję "Ustawienia konta reklamowego", a następnie "Otwórz ustawienia płatności" lub "Ustawienia płatności". Obie opcje przeniosą Cię w to samo miejsce.



Krok 2: W ustawieniach płatności zjedź na sam dół i znajdź sekcję “Informacje o firmie”. Po kliknięciu przycisku “Edytuj” znajdującego w prawym rogu otworzy się okno do wpisania danych. Uzupełnij je i kliknij “Zapisz”.

WAŻNE!

W przypadku wątpliwości, co wpisać w polu “Europejski identyfikator płatnika VAT” zapoznaj się z [tym artykułem](#) i w razie potrzeby skontaktuj ze swoim biurem księgowym.

Kraj lub region rozliczeniowy

Kraj/region
Polska

Waluta i strefa czasowa

Waluta
Złoty polskiStrefa czasowa
Warszawa, Europa (G...

Nazwa firmy

Jeśli nie dysponujesz nazwą firmy, podaj swoje imię i nazwisko. Pojawi się ono na fakturze od Meta i nie będzie widoczne dla klientów.

Dodaj nazwę firmy / imię i nazwisko

Adres firmy

Oficjalny adres zarejestrowany w urzędzie skarbowym. Jeśli nie reprezentujesz zarejestrowanej firmy, podaj swój adres pocztowy.

Adres - linia 1

Adres pocztowy – wiersz 2 (opcjonalnie)

Miejscowość

Stan, prowincja lub region

Kod pocztowy

Europejski identyfikator płatnika VAT

[Dowiedz się więcej](#)Kraj
PL

Identyfikator płatnika VAT (opcjonalnie)

Możesz pozostawić to pole puste, jeśli adres Twojej firmy nie znajduje się na terenie Unii Europejskiej (UE) lub jeśli nie masz europejskiego identyfikatora płatnika VAT.

Cel reklamowy

- ☒ Tak, kupuję reklamy do celów biznesowych
- ☐ Nie, nie kupuję reklam do celów biznesowych

05

DODAWANIE METODY PŁATNOŚCI

Za reklamy w Meta możemy płacić na kilka różnych sposobów:

- karta debetowa lub kredytowa,
- PayPal,
- Przelewy24,

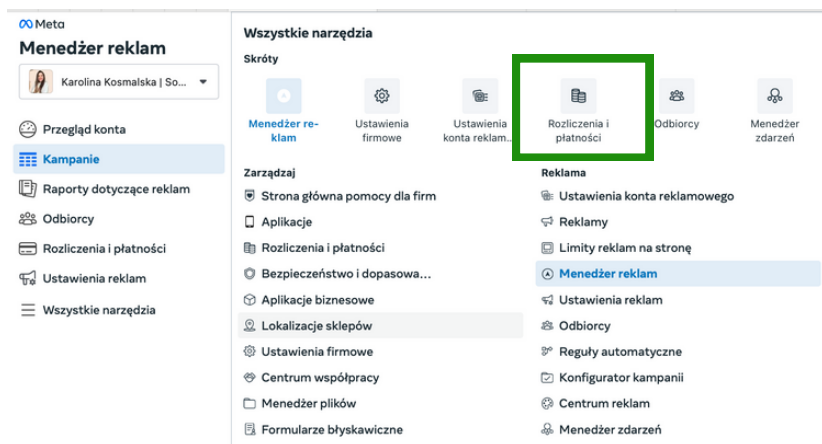
Nasze płatności za reklamy mogą być rozliczane automatycznie (cyklicznie, po osiągnięciu konkretnej kwoty zdefiniowanej jako "próg płatności") lub za pomocą środków przedpłaconych.

Ta druga opcja ma zarówno swoje wady jak i zalety. Wadą jest przede wszystkim to, że płatności są wtedy dokonywane praktycznie codziennie (co oznacza ok. 30 faktur do pobrania w ciągu miesiąca). Dodatkowo trzeba oczywiście pamiętać o doładowywywaniu konta, ponieważ jeśli środków zabraknie nasze reklamy zostaną wstrzymane.

Płatności cykliczne wymagają podpięcia karty, co może rodzić wątpliwości dotyczące bezpieczeństwa naszych środków na koncie. Warto wówczas pamiętać o tym, aby dobrze zabezpieczyć konto (przede wszystkim zadbać o silne hasło i uwierzytelnianie dwuskładnikowe).

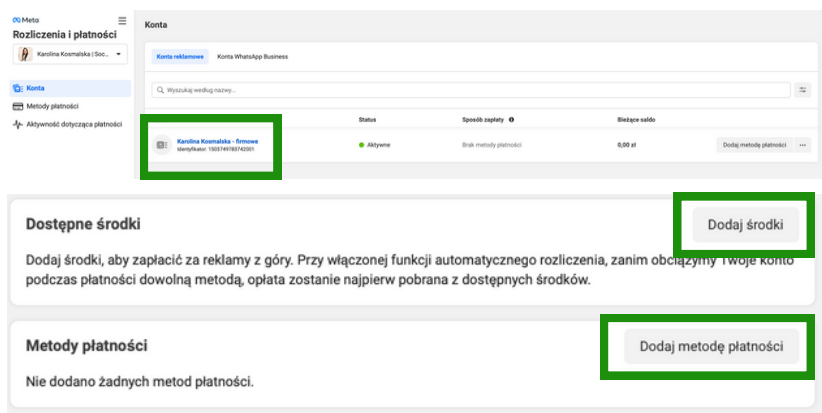
Jeśli zdecydowałaś się już na określoną metodę pokażę ci krok po kroku jak ją poprawnie dodać.

Krok 1: Otwórz swoje konto reklamowe używając [tego linku](#) i przejdź do zakładki "Rozliczenia i płatności"



Krok 2: W nowej zakładce kliknij nazwę swojego konta reklamowego, a następnie znajdź dwie sekcje – "Dostępne środki" i "Metody płatności".

"Dostępne środki" pozwolą Ci na dodanie środków przedpłaconych natomiast "Metody płatności" na podpicie płatności cyklicznej.



Dodaj informacje dotyczące płatności



Dodaj metodę płatności, aby włączyć rozliczenia automatyczne

Aby korzystać z rozliczeń automatycznych, dodaj metodę płatności, która obsługuje płatności cykliczne, taką jak karta kredytowa.

Rozliczenia automatyczne zapobiegają wstrzymaniu wyświetlania reklam nawet w przypadku wyczerpania środków przedpłaconych.

[Uzyskaj informacje o rozliczeniach automatycznych](#)

Lokalizacja firmy i waluta

Polska, Złoty polski PLN

[Edytuj](#)

Dodaj metodę płatności

Karta debetowa lub kredytowa



i inne



PayPal



Przelewy24



☐ Mam środki na reklamę do wykorzystania.



Twoje metody płatności są bezpiecznie przechowywane.

[Obowiązuje regulamin](#)

[Dalej](#)

06

TWORZENIE PIKSELA META

Zanim zajmiesz się tworzeniem piksela musisz wiedzieć czym on jest.

Najprościej mówiąc jest to fragment kodu, który dodajemy do swojej witryny internetowej, aby wiedzieć jakie działania podjęli na niej użytkownicy. Możemy w ten sposób mierzyć np. wizyty na stronie, kliknięcia konkretnych elementów (przyciski, linki itp.) oraz bardziej zaawansowane działania takie jak np. zakupy, dodania do koszyka i ich wartości.

Prawidłowo wdrożony piksel na stronie otwiera przed nami wiele możliwości, ponieważ możemy dzięki niemu między innymi:



tworzyć grupy remarketingowe oparte o osoby, które były na naszej stronie www, jej konkretnej podstronie lub kliknęły konkretny przycisk



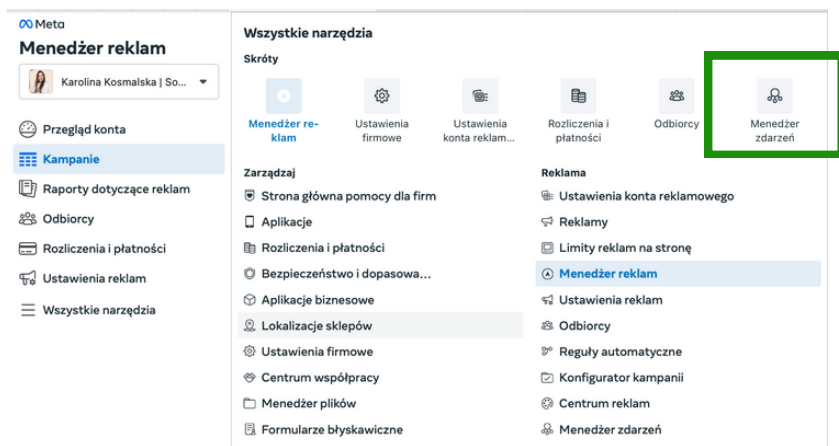
śledzić ile osób wyświetliło, dodało do koszyka i kupiło nasze produkty oraz docierać do nich ponownie w kampaniach remarketingowych



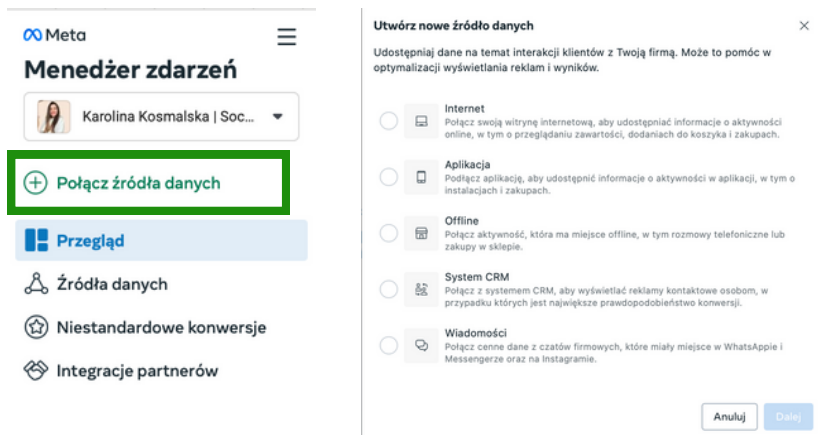
analizować trendy oraz sprawdzać co dzieje się na naszej stronie internetowej

Stworzenie piksela jest bardzo proste i nie powinno sprawić Ci zbyt wielu trudności. Przejdźmy do kroku 1.

Krok 1: Otwórz swoje konto reklamowe używając tego linku i przejdź do zakładki "Menedżer zdarzeń".



Krok 2: Z menu po lewej stronie wybierz podświetlony na zielono napis "+Połącz źródła danych" i wybierz opcję "Internet", która pozwoli Ci na połączenie z Twoją witryną.



Krok 3: Wpisz nazwę swojego piksela (może to być "Piksel [nazwa witryny]" lub np. "Piksel [imię]") i kliknij "Utwórz". Prośbę o możliwość testowania bramy API konwersji możesz odznaczyć, nie będzie nam to na ten moment potrzebne.

Utwórz nowy zestaw danych



Ułatwia to monitorowanie aktywności, która jest ważna dla Twojej firmy, a tym samym umożliwia lepsze targetowanie odbiorców i poprawę wyników reklam.

Nazwa

np. dane z Jasper's Market

☐

Prośbę o możliwość testowania bramy API konwersji z **free 90-day demo**. reklamodawcami, którzy stosowali API konwersji i odnotowali **13% lower cost per result**.

Aby zachować zgodność z naszymi zasadami i pomóc chronić prywatność naszych użytkowników, podczas integracji narzędzi biznesowych Meta nie udostępniamy danych, które obejmują informacje na temat zdrowia, informacje finansowe, informacje z raportu konsumenckiego lub inne rodzaje informacji poufnych, ani danych, które są oparte (bezpośrednio lub w inny sposób) na tego typu informacjach. Odwiedź [Centrum pomocy](#), aby dowiedzieć się więcej o zakazanych informacjach.

Kontynuując, akceptujesz [Regulamin narzędzi biznesowych Meta](#)

Anuluj

Utwórz

Krok 4: Od razu po utworzeniu piksela wyskoczy okno z propozycją połączenia go z witryną. Zamknij ten komunikat jeśli aktualnie nie masz nikogo, kto mógłby Ci z tym pomóc. W internecie jest bardzo dużo poradników jak zainstalować piksel Meta na swojej stronie www, jednakże często i tak wymaga to pomocy web developera lub specjalisty Meta Ads, ponieważ każda platforma, na której tworzone są strony www ma nieco inne wymagania i możliwości.



Jeśli potrzebujesz pomocy we wdrożeniu piksela umów się na godzinną konsultację. Rozwiążemy twój problem!

Umów konsultację!

Wybierz sposób połączenia witryny

Powiąż z partnerem

Powiąż ręcznie

Łatwo przesyłaj aktywności w witrynie do Meta bez wpisywania kodu, realizując integrację z dotychczasowym partnerem.

Wyszukaj partnera lub wprowadź adres URL witryny

Szukaj

 Shopify (Online)

 PixelYourSite

 WordPress

 WooCommerce

Nie wiesz, która opcja będzie odpowiednia dla Ciebie? [Uzyskaj wskazówki](#)

Zamknij

Dalej

Krok 5: Po zamknięciu okna z możliwością połączenia piksela z witryną przejdź ponownie do menu po lewej stronie i wybierz “Źródła danych”. Na liście powinnaś zobaczyć utworzony piksel wraz z jego identyfikatorem.

Meta

Menedżer zdarzeń

Karolina Kosmańska | Soc...

Połącz źródła danych

Przegląd

Źródła danych

Niestandardowe konwersje

Integracje partnerów

Wyszukaj według nazwy lub identyfikatora

Piksel Karoliny

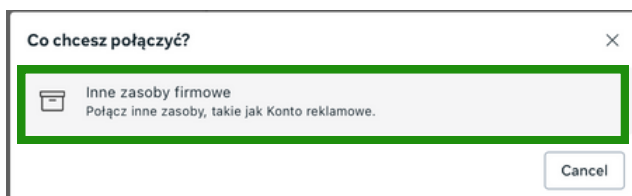
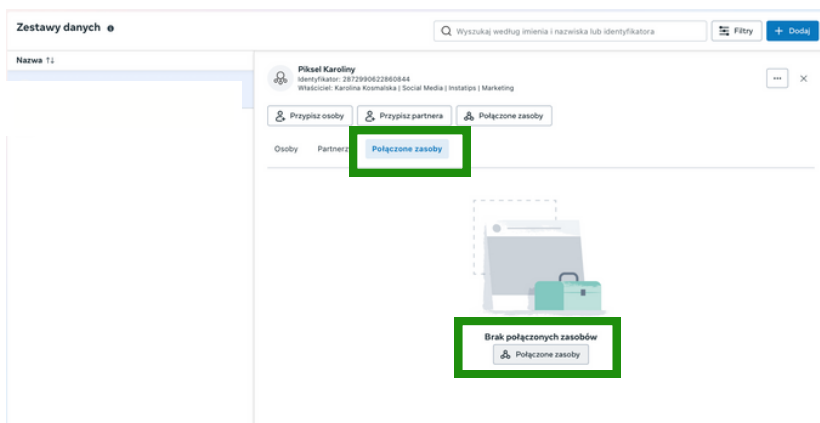
Identyfikator 2872990622860844

18

WAŻNE!

Identyfikator piksela Meta będzie bardzo przydatny w momencie implementacji piksela z Twoją stroną www (specjalista lub web developer na pewno poprosi Cię o niego na samym początku pracy). Nie musisz go nigdzie zapisywać, ale warto pamiętać, że można go znaleźć właśnie w tym miejscu.

Krok 6: Ostatnim krokiem jest połączenie Twojego nowo utworzonego piksela z kontem reklamowym. Aby to zrobić kliknij "Połączone zasoby" a następnie wybierz "Inne zasoby firmowe". W kolejnym oknie wybierz swoje konto reklamowe oznaczając je znakiem ✓ i kliknij "Dodaj".



Połączone zasoby

Wybierz typ zasobu

Konta reklamowe0

Wybierz zasoby

Wyszukaj według imienia i nazwiska lub identyfikatora

☐  Karolina Kosmańska - firmowe

AnulujDodaj

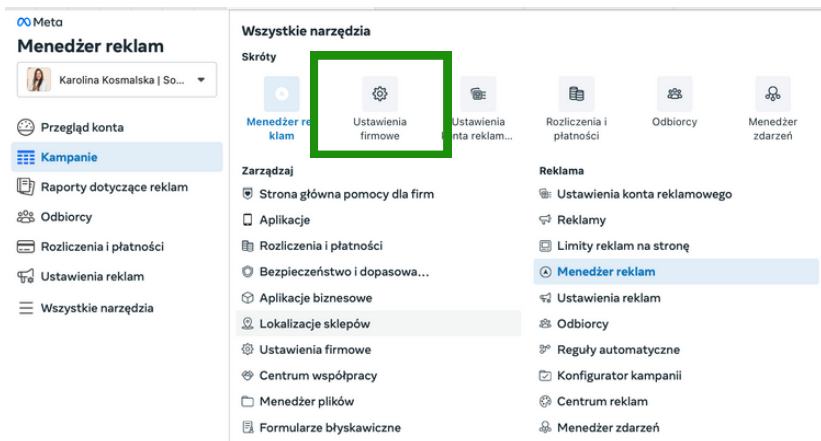
07

ŁĄCZENIE PORTFOLIO FIRMOWEGO Z ZASOBAMI

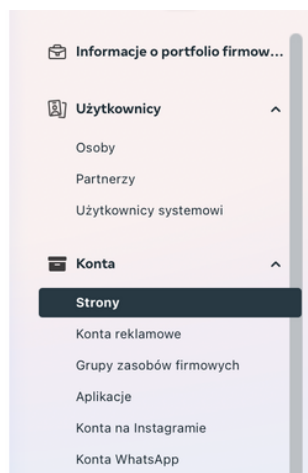
Jak wspomniałam w podrozdziale 2 portfolio firmowe to worek, w którym zebrane są wszystkie zasoby, które będą Ci potrzebne w tworzeniu różnego typu reklam takie jak konto na Instagramie, czy strona na Facebooku.

Na początek zajmijmy się połączeniem portfolio firmowego ze stroną na Facebooku.

Krok 1: Otwórz swoje konto reklamowe używając [tego linku](#) i przejdź do zakładki "Ustawienia firmowe".

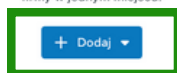


Krok 2: Z menu po lewej stronie wybierz "Konta" a następnie "Strony" i kliknij przycisk "+Dodaj".



Nie dodano żadnych stron

Dodaj strony do portfolio firmowego, aby zarządzać wszystkimi zasobami firmy w jednym miejscu.



Krok 3: Jeśli posiadasz już stronę na Facebooku wybierz opcję "Dodaj istniejącą stronę na Facebooku" i podaj jej nazwę lub adres URL. Jeśli jeszcze nie posiadasz możesz ją stworzyć używając opcji "+Utwórz nową stronę na Facebooku".

Dodaj istniejącą stronę na Facebooku



Zalecane w sytuacji, kiedy musisz zarządzać stroną w tym samym portfolio firmowym co inne strony na Facebooku, konta na Instagramie lub inne zasoby firmowe.

Poproś o współdzielony dostęp do strony na Facebooku



Dostęp będzie współdzielony z tym portfolio firmowym bez połączenia ze stroną.

Najlepsze rozwiązanie dla agencji, które potrzebują dostępu do strony swojego klienta.

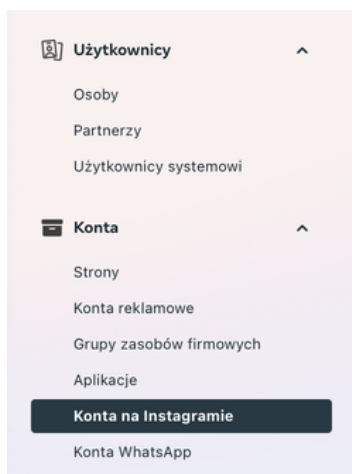
Utwórz nową stronę na Facebooku



Łącz się z nowymi i dotychczasowymi klientami na Facebooku i udostępniaj im treści.

Po dodaniu strony na Facebooku kolejnym krokiem jest dodanie do portfolio konta na Instagramie.

Krok 1: Otwórz swoje konto reklamowe używając [tego linku](#) i przejdź do zakładki “Ustawienia firmowe”, a następnie “Konta” i “Konta na Instagramie”.



Nie dodano konta na Instagramie

Dodaj konta na Instagramie do portfolio firmowego, aby zarządzać wszystkimi zasobami firmy w jednym miejscu.

+ Dodaj

Krok 2: Po kliknięciu “+Dodaj” pojawi się opcja “Zgłoś prawa do konta na Instagramie”. Kliknij ją i postępuj według wskazówek na ekranie.

Zgłoś prawa do konta na Instagramie



Do portfolio firmy możesz dodać tylko konto profesjonalne na Instagramie. Jeśli dodasz konto osobiste na Instagramie, zostanie ono przekształcone w konto profesjonalne.

Aby zgłosić prawa do konta na Instagramie, trzeba będzie w następnym kroku autoryzować to roszczenie. Następnie konto na Instagramie zostanie przeniesione do tego portfolio firmowego.

Można będzie wtedy przypisywać użytkowników, którzy będą Ci pomagać w zarządzaniu kontem na Instagramie, w tym zawartością, reklamami, statystykami, wiadomościami, komentarzami, ustawieniami i uprawnieniami.

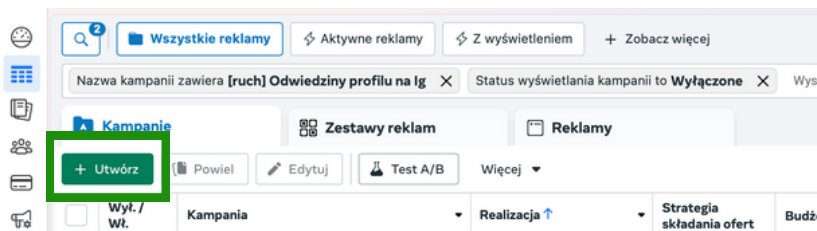
Anuluj

Zgłoś prawa do konta na Instagramie

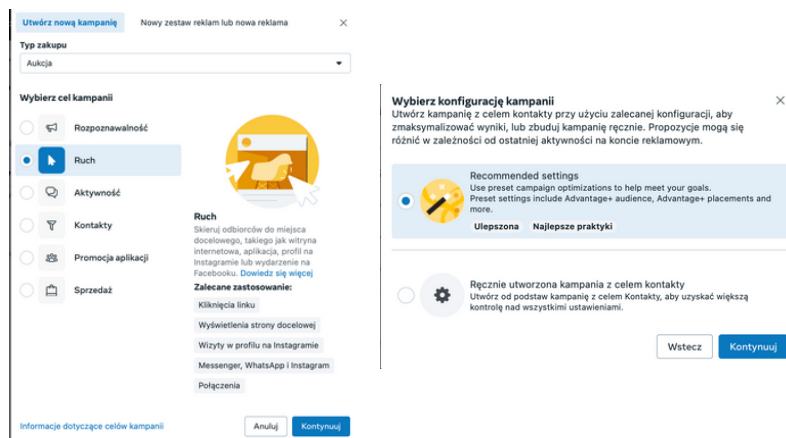
Teraz przyszła pora na to, aby sprawdzić czy wszystko działa poprawnie. Aby to zrobić najlepiej spróbować utworzyć w praktyce kampanię reklamową, która będzie wyświetlać się na Facebooku z naszej strony na Facebooku, a na Instagramie z naszego profilu na Instagramie.

Jak to zrobić?

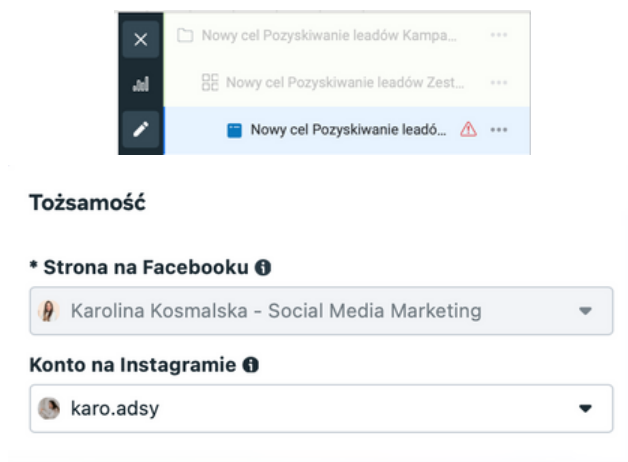
Krok 1: Otwórz swoje konto reklamowe używając tego linku i kliknij zielony przycisk "+Utwórz".



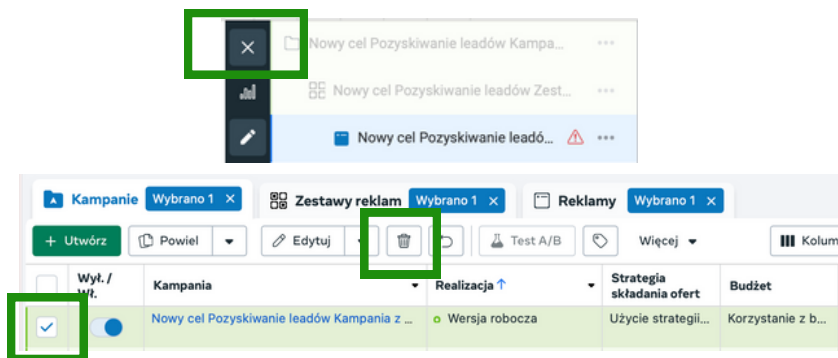
Krok 2: Stwórz obojętnie jaką kampanię (dowolny cel, dowolna konfiguracja).



Krok 3: Po utworzeniu kampanii przejdź od razu do najniższego poziomu reklamy i znajdź sekcję „Tożsamość”. Jeżeli wśród profili będziesz w stanie wybrać swoją stronę na Facebooku i konto na Instagramie – świetnie! To znaczy, że konta zostały połączone poprawnie.



Po sprawdzeniu ustawień możesz dla porządku usunąć roboczą kampanię. Zamknij ją krzyżykiem, a następnie zaznacz „ptaszką” i usuń klikając znak kosza.



08

BEZPIECZEŃSTWO TWOJEGO KONTA

Ten ostatni rozdział chciałabym poświęcić na to, aby uczulić Cię na niebezpieczeństwa związane z posiadaniem konta reklamowego Meta Ads.

Oczywiście posiadanie konta samo w sobie nie jest niczym niebezpiecznym. Ja, działając w branży od ponad 4 lat nie miałam jeszcze ani jednej sytuacji, w której coś stało by się z moją kartą, straciłabym pieniądze lub np. dostęp do konta na Facebooku.

Pułapki czyhają jednak na każdym kroku, dlatego teraz opowiem Ci o kilku sytuacjach, które mogą się wydarzyć po opublikowaniu Twoich pierwszych reklam.

Sytuacja 1: Maile z informacją o blokadzie konta.

Bardzo często hakerzy próbują ukraść dane do logowania podszywając się pod Metę i wysyłając nam straszące maile o tym, że nasze konto zostało zablokowane. Zazwyczaj są tam informacje typu:

- "Twoje konto zostanie zablokowane w ciągu 24 godzin",
- "Odnotowaliśmy podejrzaną aktywność",
- "To ostatnie ostrzeżenie"
- "Twoje konto naruszyło zasady Meta"

i tak dalej.

Oto przykładowy mail jaki otrzymała jedna z moich klientek:

We have received a significant amount of feedback from users indicating that you are not in compliance with our Advertising Policies and Community Standards. Therefore, your advertising account will be restricted within the next 24 hours.

WHAT YOU CAN DO:

If you believe this information is inaccurate and there is a misunderstanding, please verify your identity and submit a review request using the button below:

[Verify](#)

This is the final warning, if no action is taken, your advertising account will be permanently restricted.

Thanks,
Meta for Business

This message was sent to Monika Gorska at your request.
Meta Platforms, Inc., Attention: Community Support, 1 Meta Way, Menlo
Park, CA 94025

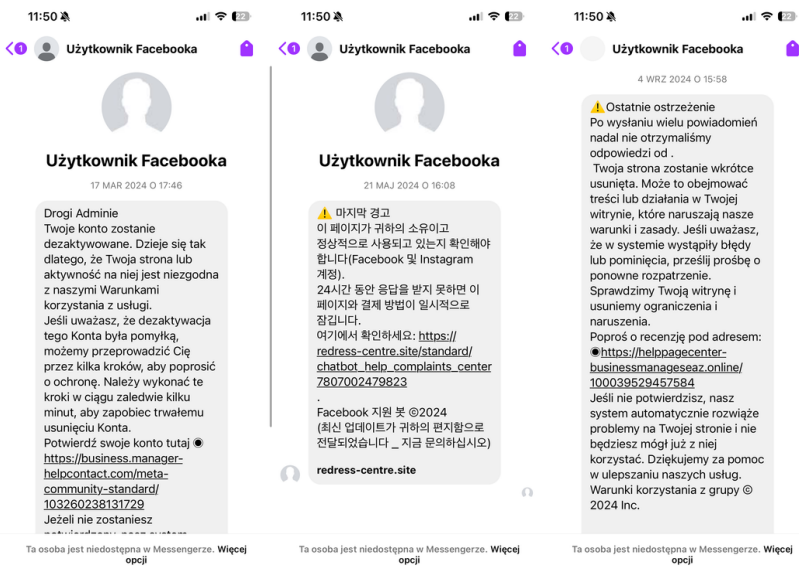
Sytuacja 2: Wiadomości na Facebooku od botów, które udają support Meta.

Wiadomości od botów to prawdziwa lawina. Zazwyczaj dotyczą tych samych kwestii, co maile czyli:

- łamania regulaminu Meta,
- zgłoszeń od użytkowników dotyczących podszywania się pod inną osobę lub firmę.

Często tego typu wiadomości są w innym języku (np. angielskim), a ich nadawcami są "Support Meta", "Meta Support Crew" itp.

Poniżej znajdziesz kilka przykładów takich wiadomości.



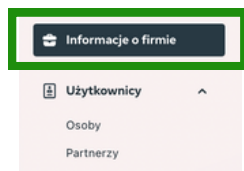
Jak poznać, że mail/wiadomość jest nieprawdziwa?

- Sprawdź informacje na stronie Mety. Jeśli jakakolwiek wiadomość budzi Twoje wątpliwości NIE KLIKAJ w żadne linki, ani nie odpowiadaj na nią.
- Jeśli nie masz pewności, co do autentyczności wiadomości po prostu skontaktuj się z supportem i zapytaj, czy na Twoim koncie występują jakiekolwiek problemy.

....i przede wszystkim – **nie panikuj i nie wykonuj pochopnych działań** :) W tego typu oszustwach chodzi właśnie o to, aby wywołać strach i zmusić użytkownika do podejmowania szybkich i nieprzemyślanych decyzji (klikania w linki, logowania się, podawania haseł). Uczulam Cię na to, bo to realne niebezpieczeństwo, z którym Meta jak na razie sobie nie radzi.

Na sam koniec mocna rekomendacja – zabezpiecz swoje konto uwierzytelnianiem dwuskładnikowym i mocnym hasłem.

Opcję włączenia uwierzytelniania dwuskładnikowego znajdziesz w swoim portfolio firmowym w pod pozycją "Informacje o firmie". Po wyświetleniu okna z informacjami o portfolio zjedź nieco niżej do sekcji "Opcje firmowe" i przy "Uwierzytelnianie dwuskładnikowe" zaznacz "Wszyscy".



Opcje firmowe

Uwierzytelnianie dwuskładnikowe

Wymagaj kodu logowania w celu uzyskania dostępu do portfolio firmowego z nieznanych przeglądarek.

Wszyscy ▼

Informacje o wszystkich zalecanych przez Metę środkach bezpieczeństwa znajdziesz [tutaj](#).
Stosuj się do nich, a Ty i Twoje reklamy będziecie bezpieczni.

Podsumowanie

Gratulacje! Udało Ci się w pełni skonfigurować Twoje konto reklamowe na Facebooku! Mam nadzieję, że nie napotkałaś problemów :)

Pamiętaj, że dobrze skonfigurowane konto to fundament Twojego sukcesu w reklamach na Facebooku. Dzięki odpowiednim ustawieniom, integracjom i wiedzy o funkcjonalnościach narzędzi reklamowych, możesz skutecznie docierać do swojej grupy docelowej, optymalizować koszty i osiągać swoje cele biznesowe.

Jeśli chcesz rozwijać swoją wiedzę na temat reklam na Facebooku zapraszam Cię do śledzenia mojego konta na Instagramie oraz zakupu szkoleń i e-booków z mojego sklepu, które pomogą Ci zrozumieć świat Meta Ads!

Życzę Ci powodzenia w realizacji kampanii i jak najlepszych rezultatów oraz dziękuję za zaufanie!

Dziękuję za zaufanie,

Karo



[karo.adsy](https://www.instagram.com/karo.adsy)



www.karoadsy.pl

