

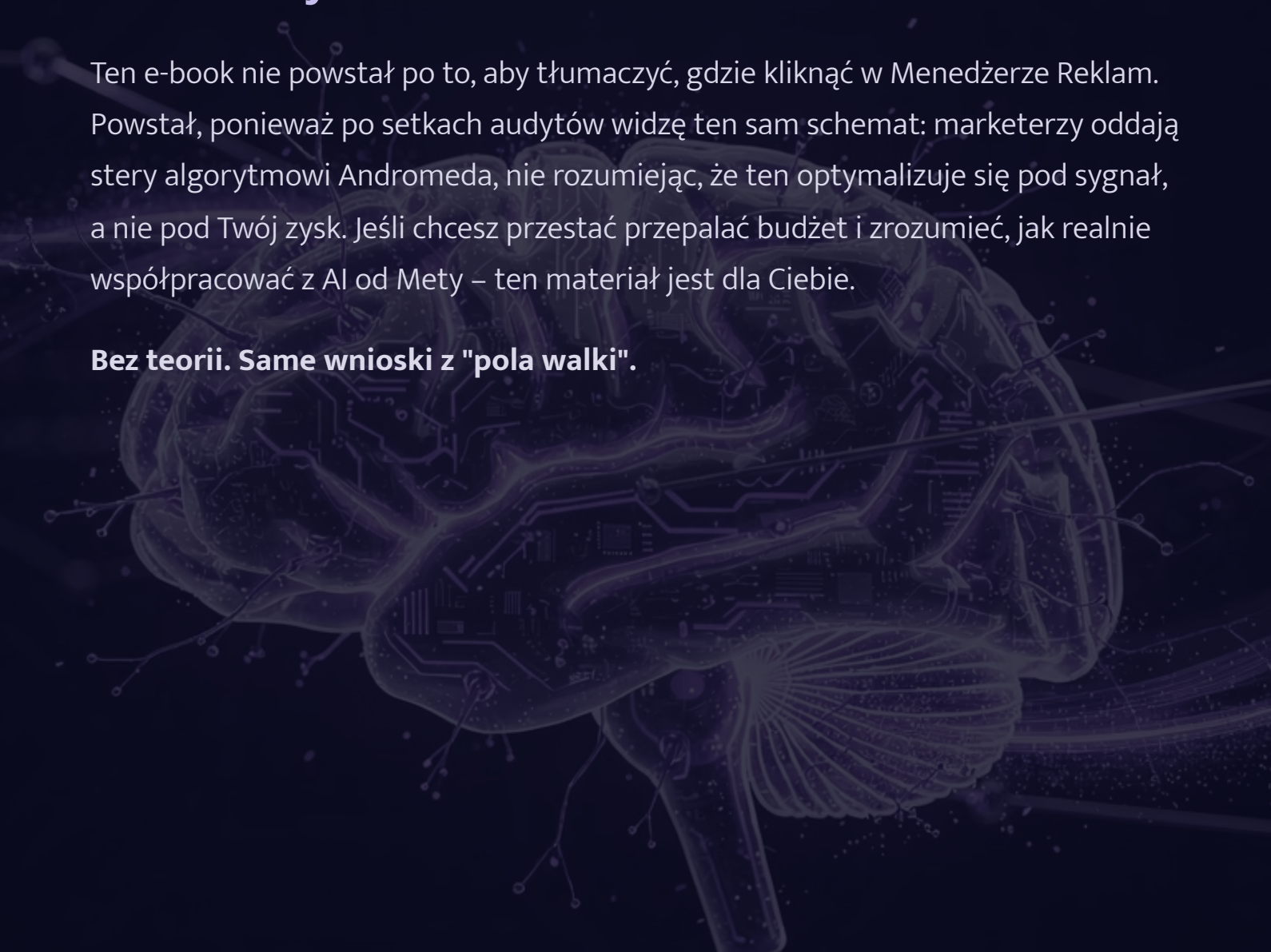
Paradoks Andromedy

Dlaczego automatyzacja Meta Ads zabija Twoje zyski?

Przewodnik po błędach z audytów setek kont reklamowych

Ten e-book nie powstał po to, aby tłumaczyć, gdzie kliknąć w Menedżerze Reklam. Powstał, ponieważ po setkach audytów widzę ten sam schemat: marketerzy oddają stery algorytmowi Andromeda, nie rozumiejąc, że ten optymalizuje się pod sygnał, a nie pod Twój zysk. Jeśli chcesz przestać przepalać budżet i zrozumieć, jak realnie współpracować z AI od Mety – ten materiał jest dla Ciebie.

Bez teorii. Same wnioski z "pola walki".



Czym jest algorytm Andromeda (i dlaczego Cię oszukuje?)

Andromeda to system decyzyjny, który łączy kropki szybciej niż jakikolwiek człowiek. Ale ma jedną wadę: **jest ślepy na jakość.**

Andromeda widzi:

- Kliknięcie
- Wysłanie formularza
- Dodanie do koszyka

Andromeda NIE widzi:

- Czy ten lead ma pieniądze
- Czy produkt został zwrócony
- Czy klient kupi ponownie

📌 **Wniosek:** Jeśli dasz algorytmowi słabej jakości paliwo (błędne sygnały), on dowiedzie Cię szybciej do bankructwa, a nie do skalowania.

„Automatyzacja robi to lepiej”



Meta promuje kampanie Advantage+ i "rekomendacje", bo dążą do uproszczenia systemu (tzw. Ads Liquidity).

Jednak **automatyzacja bez strategii to tylko szybsze wydawanie pieniędzy.**

Problem

Ufanie domyślnym ustawieniom, które rozszerzają targetowanie tam, gdzie nie ma Twojej grupy docelowej.

Rozwiązanie

Automatyzuj rozważnie. Nie klikaj wszystkich ulepszeń - testuj, nie ufaj od razu! Zachowaj kontrolę nad strategią (kto, co i dlaczego ma zobaczyć).

Fragmentacja danych vs. jedna konwersja

Kiedyś uczyło się, że każda kampania musi mieć inny cel. Dzisiaj Andromeda potrzebuje płynności.

Błąd:

Rozbijanie małego budżetu na 5 kampanii (ruch, wideo, leady, sprzedaż).

Efekt? Żadna nie wychodzi z fazy uczenia.

📌 Zasada Nowoczesnego Marketera:

Konsoliduj dane. Lepiej mieć jedną silną kampanię z dużą ilością sygnałów, niż pięć "kadłubków", które nie wiedzą, kogo szukać.



Nowoczesna struktura Customer Journey

Zapomnij o sztywnym podziale na kampanie TOFU/MOFU/BOFU, jeśli Twój budżet jest niski.



Film edukacyjny

Przyciąga "górze lejka"



Statyczna grafika

"Domyka" sprzedaż



Jedna kampania

Wszystko w jednym miejscu,
ale z podziałem na zestawy
reklamowe

Struktura Hybrydowa

Wykorzystaj kreacje do filtrowania odbiorców. **To kreacja jest nowym targetowaniem.**

Przykład: Film edukacyjny przyciąga "górze lejka", a statyczna grafika z ofertą "domyka" sprzedaż – wszystko może działać się wewnątrz jednej kampanii, z podziałem na zestawy reklamowe, jeśli umiejętnie zarządzasz wykluczeniami.

BŁĄD #2

Advantage+ jako fundament



Kampanie Advantage+ są potężne, ale **żarłoczne.**

Pułapka:

Brak kontroli nad tym, czy Meta nie przepala budżetu na Twoich obecnych klientach.

Wskazówka:

Zawsze ustawiaj limit budżetu na "istniejących klientów" w ustawieniach konta, aby algorytm faktycznie pozyskiwał nowy ruch - nowych klientów.

Kreacja to tylko dodatek

W dobie Andromedy to nie "techniczne ustawienia" wygrywają, ale **Creative Strategist**.



Metoda 3:2:2

Najskuteczniejszy sposób testowania wg standardów 2025.

3

wersje tekstu

2

nagłówki

2

kreacje wizualne

Wrzucasz to w jeden testowy zestaw reklam. Pozwól Andromedzie wybrać zwycięzcę, testuj różne zmienne reklam, jako kolejne wersje reklam. Wykonuj uważne testy A/B. Wyłączaj te reklamy, które mają gorszy CTR, wysoki koszt pozyskania klienta.

Lead Ads bez kontroli jakości

Leady z Facebooka są tanie, ale często "śmieciowe". Dlaczego? Bo Andromeda optymalizuje pod ilość wysłanych formularzy.

01

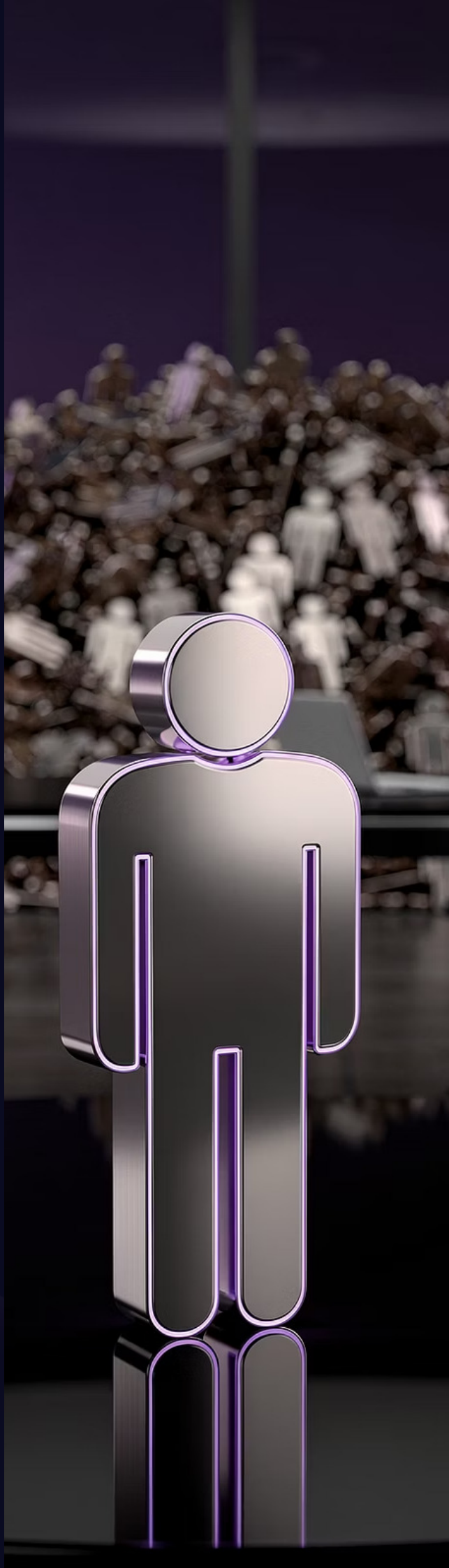
Game Changer

Utwórz formularz typu "większy zamiar" i dodaj 2 pytania otwarte, bądź zamknięte. Ograniczysz, dzięki temu możliwość wysyłki formularzy przez boty.

02

Pro Tip

Jeśli możesz, wdróż Conversion API (CAPI) dla Leadów. Wysyłaj informację zwrotną do Mety, gdy lead zamieni się w sprzedaż. To nauczy algorytm szukać kupujących, a nie "klikaczy".



Landing Page: **cichy zabójca konwersji**

Jeśli kierujesz ruch na stronę, która łąduje się dłużej niż 3 sekundy, Andromeda i tak policzy to jako "kliknięcie", ale **Ty stracisz pieniądze**.



☐ Audyt LP:

Czy nagłówek na stronie jest identyczny z obietnicą w reklamie? Jeśli nie – współczynnik odrzuceń zabije Twój ROAS.

Checklista audytu Twojego konta (do zrobienia dziś)



1

Conversion API

Czy masz włączone CAPI (Conversion API)?

2

Testowanie kreacji

Czy testujesz min. 3 nowe kreacje tygodniowo?

3

Faza uczenia

Czy Twoje kampanie wychodzą z fazy uczenia (min. 50 konwersji/tydzień) - według rekomendacji, ale z mojego doświadczenia - przy 20-30 konwersjach system już z tej fazy wychodzi.

4

Wykluczenia

Czy wyklucasz obecnych klientów z kampanii na pozyskanie?

Czy wyklucasz osoby, które już Cię obserwują w kampaniach na górę lejka?

Czy używasz szerokiego targetowania (Broad) zamiast niszowych zainteresowań?

Zakończenie

Algorytm Andromeda nie jest Twoim wrogiem. To najpotężniejszy silnik sprzedażowy świata, ale **potrzebuje kierowcy**. Skuteczny marketer to dziś nie "klikacz", ale strateg treści i analityk danych.

Meta Ads nie wybacza lenistwa, ale hojnie nagradza tych, którzy rozumieją zasady gry.

Co dalej?

Chcesz, abym przeprowadziła profesjonalny audyt Twojego konta i sprawdziła, gdzie Andromeda "przepala" Twój budżet?

Skontaktuj się ze mną:

instagram: @klaudia.zbrzezniak



Instagram



Reklamy Meta Ads: FB&IG | AI Social Media | Marka Osobista (@klaudia.z...

335 Followers, 144 Following, 85 Posts – See Instagram photos and videos from Reklamy Meta Ads: FB&IG | AI Social Media | Marka Osobista (@klaudia.zbrzezniak)