

ZATRZYMAJ SCROLL: STRATEGIE KREACJI B2B

Zrób to Sam: Kreacja reklamowa dla kampanii B2B,
która zatrzymuje uwagę



ZATRZYMAJ SCROLL: STRATEGIE KREACJI B2B

Przedstawienie mechanizmu Halo Efektu:
Dopasowanie kreacji jako klucz do uwagi

HALO EFEKT



DANE DO WYKORZYSTANIA



PORÓWNIANIE SKUTECZNOŚCI: KREACJE NATYWNE VS. DISPLAY W B2B

KREACJE NATYWNE (TRUST & ENGAGEMENT)



LinkedIn post: Budowanie autorytetu i relacji.



Artykuł sponsorowany: Głębsze treści, edukacja.

KLUCZOWY WNIOSEK:
Natywny lepiej buduje
ZAUFANIE.



**REGUŁA ALOKACJI
BUDŻETU 80/20**

80%

20%

Zalecana strategia: 80% budżetu na budowanie zaufania (Natywne), 20% na maksymalizację zasięgu (Display).

KREACJE DISPLAY (REACH & AWARENESS)



Banner: Szeroki zasięg wizualny.



Rectangle: Zwiększenie widoczności marki.

KLUCZOWY WNIOSEK:
Display daje większy
ZASIĘG.

SPRAWDZONE MIKROTEKSTY B2B: ZASADA 1 BENEFIT + 1 DANE + 1 CTA

[KORZYŚĆ (Benefit)] 

[DANE (Data)] 

[WEZWANIE (CTA)] 

Unikaj przymiotników,
stawiaj na czasowniki
i liczby.

- Utnij X% kosztów
(Cut X% of cost) 

- Odblokuj Y dni szybciej
(Unlock Y days faster) 

- Konfiguracja bez integracji
(Zero-integration setup) 

OMÓWIENIE TRIADU: WYSOKI KONTRAST DLA SCROLL-STOP, KOLOR AKCENTUJĄCY MARKE, LEKKI RUCH (MAX 3 S) W VIDEO/GIF



PRZYKŁADY PALET NA TLE BIAŁEGO FEEDA LINKEDIN

 **LiFactor**



 **OSTRZEŻENIE: UNIKAJ NADMIARU ANIMACJI.** Zbyt duży ruch odwraca uwagę od komunikatu i może irytować odbiorcę.

ZATRZYMAJ SCROLL: STRATEGIE KREACJI B2B

Zasada „show the outcome” i kluczowe narzędzia

Zasada „show the outcome”



Zamiast stockowego handshake,
wizualizacja dashboardu z KPI po wdrożeniu.

Krótką listą darmowych źródeł



Obrazki B2B: Unsplash, Pexels

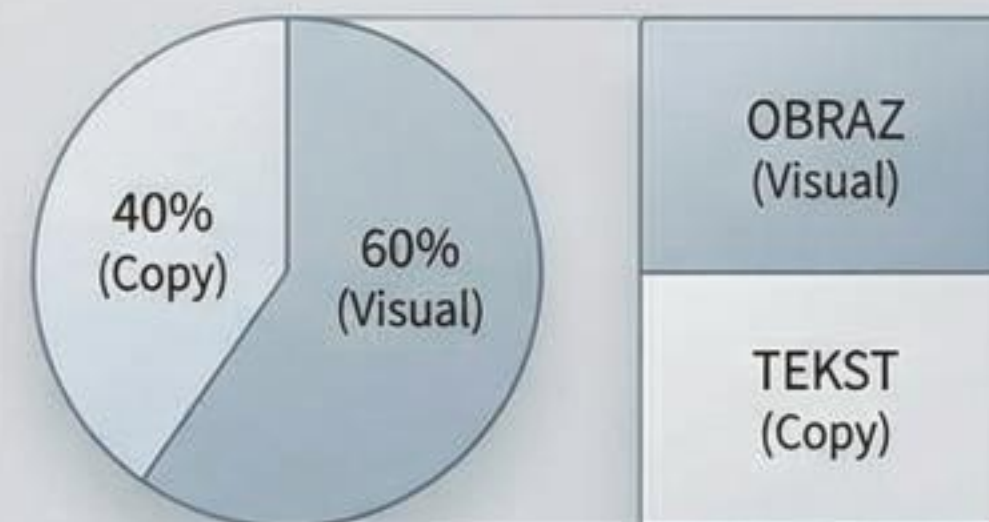


Narzędzia do mockupów SaaS:
Figma Community, Shots.so



Zasoby UI: UI8 (freebies)

Reguła 60% obraz, 40% tekst



Zachowaj proporcje dla maksymalnego
zaangażowania.

Instrukcja Quick A/B: Krok po Kroku

PROCES

1. WYBÓR ELEMENTU



Zmieniamy TYLKO 1 element:
Headline / Kolor CTA / Miniatura

2. OKRES TESTOWY
3-5 dni

PARAMETRY PRÓBY



MINIMALNA PRÓBA:
1000 wyświetleń per wariacja

ANALIZA I DECYZJA



OMÓWIENIE ISTOTNOŚCI
STATYSTYCZNEJ 95%



WYKORZYSTANIE
DARMOWYCH
KALKULATORÓW
DO OCENY WYNIKÓW

ANALIZA HEATMAP I OPTYMALIZACJA KREACJI

Wykorzystanie darmowych narzędzi do weryfikacji i korekty skuteczności reklam

NARZĘDZIA I DIAGNOSTYKA



Microsoft Clarity



hotjar

Wykorzystanie darmowych heatmap do śledzenia uwagi użytkowników (Microsoft Clarity, Hotjar Basic)

INTERPRETACJA WIZUALNA



Czerwone plamy wskazują, gdzie użytkownicy zatrzymują wzrok, potwierdzając skuteczność "hooka".

DECYZJE I KOREKTA

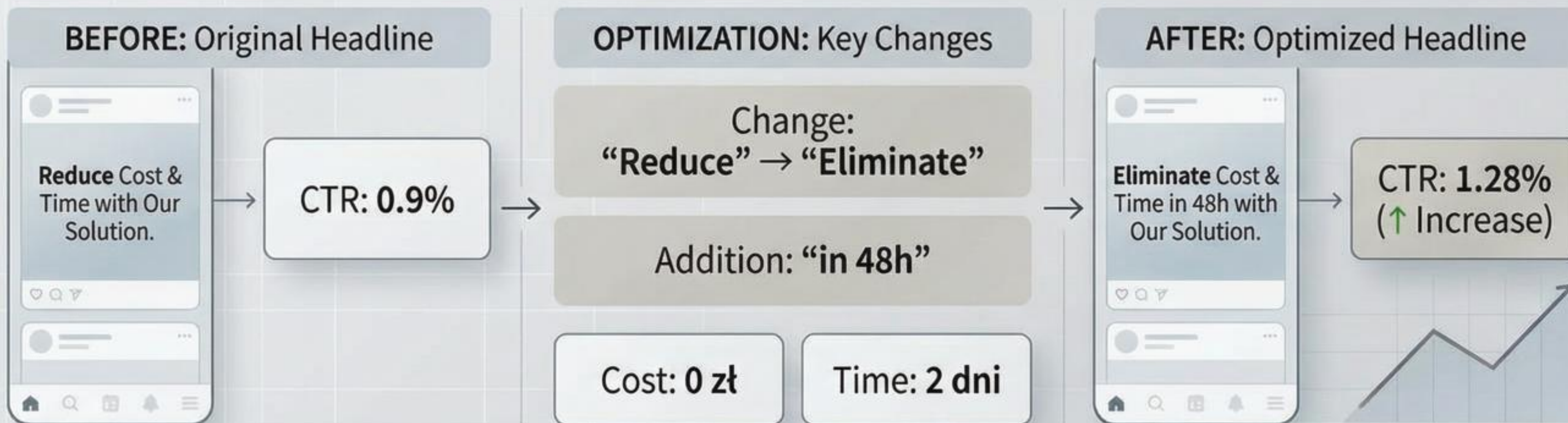


KOREKTA

Korekta kreacji, jeśli 70% scrolla kończy się przed CTA. Optimalizacja ścieżki do konwersji.

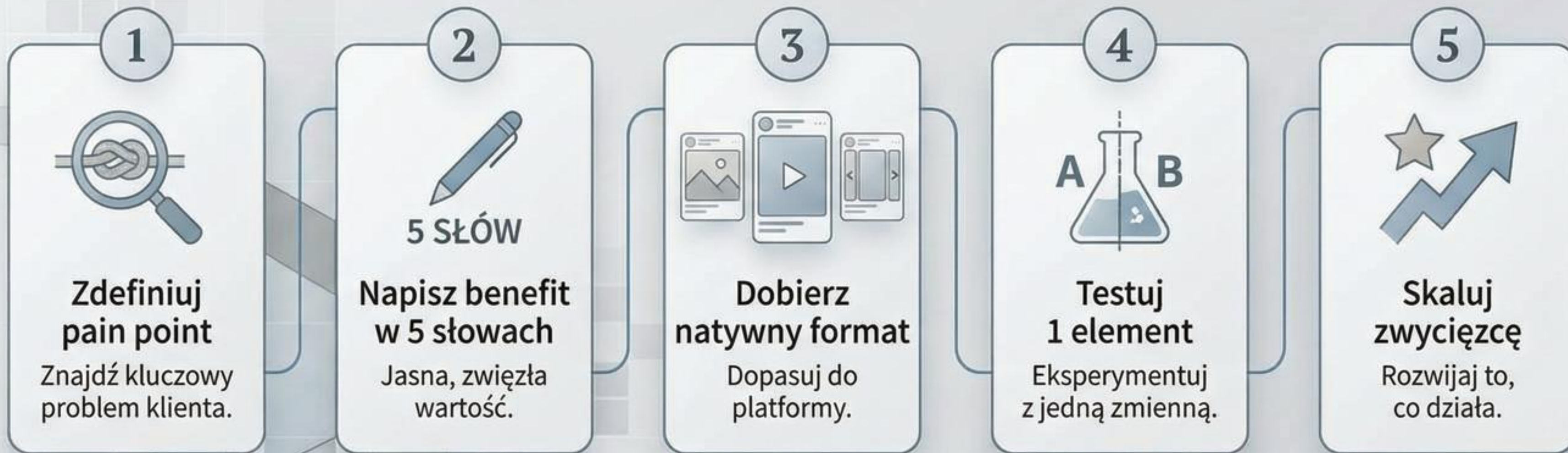
CASE STUDY: Real-World SaaS Campaign – Headline Optimization

Opis realnej kampanii SaaS: zmiana jednego słowa w headline („Reduce” → „Eliminate”) oraz dodanie liczby „in 48h” zwiększyło CTR z 0,9 do 1,28.



PODSUMOWANIE: ZRÓB TO SAM (DIY)

5 Kroków do Skutecznej Kreacji B2B



🕒 ZACHĘTA DO WDROŻENIA W CIĄGU 24 H.



#1 B2B LinkedIn Agency

🕒 Darmowa diagnoza w 2 minuty

Czy Twoja firma może wykorzystać potencjał LinkedIn?

Sprawdź w 2 minuty możliwości Twojej firmy do generowania sprzedaży, budowania autorytetu branżowego, wizerunku lidera i otrzymaj spersonalizowane zalecenia dotyczące LinkedIn.

Rozpocznij szybką diagnozę →

quiz.lifactor.com



W 2 minuty



Indywidualne
zalecenia



Natychmiastowy
wynik



Bez podawania
emaila