



Marketing Online -
Piotr Guziur



SZKOLENIE GOOGLE ADS/forma zdalna

Numer usługi 2024/03/10/16416/2093043

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 24 h

📅 17.06.2024 do 19.06.2024

1 955,70 PLN brutto

1 590,00 PLN netto

81,49 PLN brutto/h

66,25 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie dla osób, które: • myślą o samodzielnym prowadzeniu kampanii • chcą zweryfikować swoje dotychczasowe działania i pogłębić wiedzę • chcą zacząć pracować jako specjalista SEM Szkolenie kierowane również do osób korzystających z projektu Kierunek Kariera Zawodowa.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	11-06-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	24
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie pozwoli opanować podstawowe funkcjonalności narzędzia Google Ads i zagadnień z zakresu reklamy SEM. Podczas warsztatów uczestnik uzupełni wiedzę o reklamie w wyszukiwarkach w oparciu o praktyczne ćwiczenia, pozna pozostałe formy reklamowe, m.in. Display, Remarketing, YouTube i GMail. Szkolenie pozwoli samodzielnie prowadzić kampanie reklamowe w wyszukiwarce.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Tworzy kampanie reklamowe	-Uczestnik zna system Google Ads -Uczestnik zakłada kampanie reklamowe z poprawnymi ustawieniami -Uczestnik zarządza kampaniami reklamowymi	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Rozróżnia typy kampanii	-Uczestnik posiada wiedzę o Google Display Network -Uczestnik potrafi rozróżniać kampanie reklamowe -Uczestnik używa Google Ads Editor -Uczestnik charakteryzuje kampanie Discovery/Performance Max/kampanie w YouTube	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny
Optymalizuje kampanie	-Uczestnik optymalizuje już istniejącą kampanię -Uczestnik poprawia efektywność swoich działań w Internecie	Test teoretyczny
		Wywiad swobodny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

Pytanie 1. Czy dokument potwierdzający uzyskanie kompetencji zawiera opis efektów uczenia się?

Tak - po zakończonym szkoleniu zostanie wystawiony certyfikat, który zawiera opis efektów uczenia się.

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

Tak, certyfikat potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji.

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

Tak - zaświadczenie, które otrzymuje uczestnik potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

GOOGLE ADS OD PODSTAW

DZIEŃ 1

- 9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom
- 9:30-11:00 Część pierwsza szkolenia

Wstęp: Search Engine Marketing

- SEM, czyli marketing w wyszukiwarkach
- Krótka Historia SEM i Google Ads
- Inne systemy reklamowe w wyszukiwarkach

Miejsca wyświetlania i formaty reklam w Google Ads (AdWords)

- Sieć wyszukiwania i reklamowa
- Kampanie w wyszukiwarce: linki sponsorowane i reklamy produktowe
- Miejsca wyświetlania i formaty reklam w sieci reklamowej

Rodzaje kierowania reklam

- Słowa kluczowe w wyszukiwarce
 - Typy dopasowani oraz czym różnią się słowa wyszukiwane?
 - Reklama kontekstowa i jakie znaczenie odgrywają słowa kluczowe
 - Remarketing
 - Audience marketing, czyli kierowanie na odbiorców
 - Wykorzystanie danych z CRM w kierowaniu reklam
-
- 11:00-11:15 Przerwa
 - 11:15-12:45 II część szkolenia

Struktura konta i kampanii Google Ads

- Organizacja kont Google Ads
- Podział wg typów kampanii
- Słowa kluczowe, rodzaje słów oraz czym jest long tail?
- Czym jest i do czego służy planer słów kluczowych?
- Teksty reklamowe i rozszerzenia
- Optymalna struktura reklam

Ustawienia kampanii Google Ads

- Najważniejsze ustawienia kampanii
- Audyt ustawień kampanii
- Ustawienia typowe dla kampanii GDN

Optymalizacja budżetu i licytacji

- Model sprzedaży oraz ranking reklam
 - Jak licytować stawki?
 - Najczęstsze błędy popełniane w prowadzeniu kampanii PPC
 - Diagnostyka reklam – dlaczego reklama nie wyświetla się?
 - Estymacje efektywności i optymalny budżet kampanii
 - Trendy w wyszukiwaniu słów kluczowych
 - Czego należy oczekiwać od prowadzącego kampanię w zakresie planowania budżetu i efektów kampanii?
 - Zaawansowane metody estymacji ceny i liczby kliknięć
 - Analiza konkurencji w Google Ads
-
- 12:45-13:45 Przerwa na lunch
 - 13:45-15:15 III część szkolenia

Audyt i optymalizacja Wyniku Jakości

- Jak jest obliczany Wynik Jakości?
- Audyt wyniku jakości w Twojej kampanii (warsztat)
- Jak zwiększyć CTR? (warsztat)
- Jak optymalizować jakość reklam (warsztat)
- Jak optymalizować jakość stron docelowych? (warsztat)

Raportowanie i optymalizacja konwersji

- Omówienie wskaźników konwersji
- Źródła konwersji
- Raporty dotyczące konwersji
- Analiza kampanii Google Ads w systemie Google Analytics
- Wymiary i najważniejsze zasady w optymalizacji konwersji
- 15:15-15:30 Przerwa
- 15:30-17:00 IV część szkolenia

Egzaminy i Certyfikaty Google Ads

- Certyfikaty Indywidualne z Google Ads
- Wymagania i egzamin
- Nauka do egzaminu z Google Ads

Program Google Partners

- Poziomy partnerów Google oraz wymagania
- Współpraca z Google

Ocena oferty Google Ads

- Podstawowe zasady współpracy z agencją i standardy jakości, czyli czego wymagać od oferty?
- Jak oceniać oferty Google Ads?

Zakończenie i podsumowanie szkolenia

DZIEŃ 2

GOOGLE ADS – BUDOWA I PROWADZENIE KAMPANII W WYSZUKIWARCE (WARSZTATY)

- 9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom
- 9:30-11:00 Część pierwsza szkolenia

Wstęp: najważniejsze elementy skutecznej kampanii Google Ads

- Konto Menadżera i zarządzanie dostępem do kont Google Ads
- Zakładanie konta Google Ads
- Opcje płatności za kampanię
- Struktura Konta Google Ads
- Lista TO DO – przed startem kampanii

Pomiar konwersji w Google Ads

- Narzędzie konwersji Google Ads
- Atrybucja konwersji
- Konfigurowanie pomiaru konwersji w Google Ads – ćwiczenie
- Call Metrics – monitorowanie konwersja telefonicznej
- Czym jest Google Tag Manager i do czego służy?
- Instalacja skryptów mierzących konwersje na witrynie poprzez GTM – ćwiczenie warsztatowe
- 11:00-11:15 Przerwa
- 11:15-12:45 II część szkolenia

Prawidłowe ustawienia kampanii skierowanej na wyszukiwarke (warsztat)

- Zakładanie pierwszej kampanii
- Strategia ustalania stawek
- Ustawienia dotyczące typu kampanii i kierowania reklam
- Ustawienia geograficzne

- Określanie optymalnego budżetu kampanii
- Pozostałe ustawienia

Słowa kluczowe w kampanii skierowanej na wyszukiwarke

- Planer słów kluczowych
- Budowa listy słów kluczowych – ćwiczenia warsztatowe
- 12:45:13:45 Przerwa na lunch
- 13:45-15:15 III część szkolenia

Teksty reklam

- Dodawanie i edycja reklamy
- Optymalizacja tekstów reklamowych
- Zasady redakcyjne
- Funkcja KeyWord

Google Ads Editor – warsztat

- Budowa struktury kampanii Google Ads z użyciem Ads Editor
- Instalacja i konfiguracja Google Ads Editor
- Tworzenie struktury kampanii oraz dodawanie słów kluczowych
- Tworzenie tekstów reklam oraz dodawanie do konta przez Google Ads Editor
- Arkusze kalkulacyjne i funkcje przydatne w tworzeniu kampanii Google Ads
- Zarządzanie masowymi zmianami w kampanii oraz współpraca w Ads Editor
- 15:15-15:30 Przerwa
- 15:30-17:00 IV część szkolenia

Rozszerzenia reklam

- Omówienie wszystkich typów rozszerzeń reklam
- Dodawanie rozszerzeń reklam do kampanii – ćwiczenie warsztatowe

Kampanie RLSA

- Remarketing dla wyszukiwarek

Zakończenie i podsumowanie szkolenia

DZIEŃ 3

GOOGLE ADS - POZOSTAŁE FORMY REKLAMOWE (DISPLAY, REMARKETING, YOUTUBE, GMAIL)

- 9:00 - 9:30 Rejestracja do platformy Zoom
- 9:30-11:00 Część pierwsza szkolenia

Kampanie w Google Display Network

- Charakterystyka Google Display Network
- Sposoby kierowania reklam w GDN

Formaty reklam oraz zasady redakcyjne w GDN

- Banery i reklamy elastyczne w GDN
- Graficzne formaty reklamowe w GDN
- Reklamy Discovery
- Zasady redakcyjne i specyfikacja reklam w GDN
- 11:00-11:15 Przerwa
- 11:15-12:45 II część szkolenia

Zakładanie kampanii GDN (warsztat)

- Zakładanie nowej kampanii w GDN i prawidłowe ustawienia
- Dodawanie grupy reklam do kampanii
- Dodawanie banerów do kampanii GDN
- Dodawanie reklam elastycznych do kampanii GDN
- Strategie optymalizacji kampanii GDN

Kampanie remarketingowe w Google Ads (warsztat)

- Na czym polegają kampanie remarketingowe?
 - Budowa list remarketingowych
 - Listy Remarketingowe w Google Analytics
 - Założenie i prowadzenie kampanii remarketingowej
 - Optymalizacja kampanii remarketingowych
 - Analiza konwersji w kampaniach remarketingu
-
- 12:45-13:45 Przerwa na lunch
 - 13:45-15:15 III część szkolenia

Kampanie Performance Max

- Zakładanie kampanii Performance Max
- Prawidłowe ustawienia kampanii
- Optymalizacja kampanii Performance Max

Kampanie Discovery w Google Ads

- Rodzaj reklam Discovery Google Ads
- Specyfika kampanii Discovery
- Zakładanie kampanii Discovery
- Dodawanie grupy reklam do kampanii
- 15:15-15:30 Przerwa
- 15:30-17:00 IV część szkolenia

Kampanie Google Ads w YouTube (warsztat)

- Rodzaje reklam Google Ads na YouTube
- Tworzenie kampanii na YouTube
- Wybór metod kierowania reklam na YT
- Optymalizacja kampanii YT
- Dodatkowe badania w kampaniach YouTube – Brand Lift

Optymalizacja Quality Score w GDN

- Optymalizacja Quality Score poprzez zwiększenie CTR w sieci reklamowej (GDN)
- Optymalizacja QS – ćwiczenia warsztatowe

Zakończenie i podsumowanie szkolenia

Zalety:

Szkolenie na żywo w czasie rzeczywistym

Interaktywna platforma

Chat do komunikacji

Udostępnianie ekranu

Materiały w formie elektronicznej

Podczas szkolenia uczestnik ma dostęp do:

- zestawu praktycznych ćwiczeń realizowanych pod kierunkiem doświadczonego trenera, które pozwalają na bieżąco weryfikować nabywane umiejętności
- przykładów prawidłowych i nieprawidłowych działań w zakresie Google Ads wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 24

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 24 Logowanie do Platformy Zoom	Marta Piosek	17-06-2024	09:00	09:30	00:30
2 z 24 Wstęp: Search Engine Marketing, Miejsca wyświetlania i formaty reklam w Google Ads (AdWords), Rodzaje kierowania reklam	Marta Piosek	17-06-2024	09:30	11:00	01:30
3 z 24 Przerwa	Marta Piosek	17-06-2024	11:00	11:15	00:15
4 z 24 Struktura konta i kampanii Google Ads, Ustawienia w kampanii Google Ads, Optymalizacja budżetu i licytacji	Marta Piosek	17-06-2024	11:15	12:45	01:30
5 z 24 Przerwa na lunch	Marta Piosek	17-06-2024	12:45	13:45	01:00
6 z 24 Audyt i optymalizacja Wyniku Jakości, Raportowanie i optymalizacja konwersji	Marta Piosek	17-06-2024	13:45	15:15	01:30
7 z 24 Przerwa	Marta Piosek	17-06-2024	15:15	15:30	00:15
8 z 24 Egzaminy i Certyfikaty Google Ads, Program Google Partners, Ocena oferty Google Ads	Marta Piosek	17-06-2024	15:30	17:00	01:30
9 z 24 Logowanie do Platformy Zoom	Łukasz Zwonik	18-06-2024	09:00	09:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
10 z 24 Wstęp: Najważniejsze elementy skutecznej kampanii Google Ads, Pomiar konwersji w Google Ads	Łukasz Zwonik	18-06-2024	09:30	11:00	01:30
11 z 24 Przerwa	Łukasz Zwonik	18-06-2024	11:00	11:15	00:15
12 z 24 Prawidłowe ustawienia kampanii skierowanej na wyszukiwarkę (warsztat), Słowa kluczowe w kampanii skierowanej na wyszukiwarkę	Łukasz Zwonik	18-06-2024	11:15	12:45	01:30
13 z 24 Przerwa na lunch	Łukasz Zwonik	18-06-2024	12:45	13:45	01:00
14 z 24 Teksty reklam, Google Ads Editor – warsztat	Łukasz Zwonik	18-06-2024	13:45	15:15	01:30
15 z 24 Przerwa	Łukasz Zwonik	18-06-2024	15:15	15:30	00:15
16 z 24 Rozszerzenia reklam, Kampanie RLSA	Łukasz Zwonik	18-06-2024	15:30	17:00	01:30
17 z 24 Logowanie do Platformy Zoom	Łukasz Zwonik	19-06-2024	09:00	09:30	00:30
18 z 24 Kampanie w Google Display Network, Formaty reklam oraz zasady redakcyjne w GDN	Łukasz Zwonik	19-06-2024	09:30	11:00	01:30
19 z 24 Przerwa	Łukasz Zwonik	19-06-2024	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
20 z 24 Zakładanie kampanii GDN (warsztat), Kampanie remarketingowe w Google Ads (warsztat)	Łukasz Zwonik	19-06-2024	11:15	12:45	01:30
21 z 24 Przerwa na lunch	Łukasz Zwonik	19-06-2024	12:45	13:45	01:00
22 z 24 Kampanie Performance Max (warsztat), Kampanie Discovery w Google Ads	Łukasz Zwonik	19-06-2024	13:45	15:15	01:30
23 z 24 Przerwa	Łukasz Zwonik	19-06-2024	15:15	15:30	00:15
24 z 24 Kampanie Google Ads w YouTube (warsztat), Optymalizacja Quality Score w GDN	Łukasz Zwonik	19-06-2024	15:30	17:00	01:30

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 955,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 590,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	81,49 PLN
Koszt osobogodziny netto	66,25 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2

**1 z 2**

Łukasz Zwonik

Starszy Specjalista SEM w Marketing Online, a także certyfikowany Specjalista z Google Ads i Google Analytics. Z branżą SEM związany od ponad 10 lat. Prowadził kampanie dla wielu znanych marek takich jak: BMW, Pracuj, Polbank, Allianz Direct, Cartoon Network, Go Sport czy Matras. Zna najnowsze narzędzia i techniki stosowane w SEM w kraju jak i na świecie poprzez bieżącą aktualizację swojej wiedzy na potrzeby prowadzenia szkoleń i projektów SEM dla klientów Marketing Online. Prowadzi szkolenia otwarte jak i dedykowane z zakresu SEM w firmie Marketing Online i posiada ponad 1000 godzin doświadczenia w zakresie edukacji osób dorosłych.

**2 z 2**

Marta Piosek

Starszy Specjalista SEM w Marketing Online z 10-letnim doświadczeniem, a także certyfikowany Specjalista Google Ads i Analytics. Z wykształcenia Matematyk, który umiejętnie łączy projektowanie i optymalizację skutecznej strategii marketingowej wraz ze szczegółową analizą danych w kampaniach reklamowych. Jej pasją do tworzenia efektywnych kampanii reklamowych Google Ads przeplata się z umiejętnością przekazywania tej wiedzy zarówno uczestnikom szkoleń jak i kształcąc asystentów, którzy dzięki jej wsparciu stawali się specjalistami w tej dziedzinie. Zamiłowanie do przeprowadzania Audytów kampanii Google Ads umożliwia precyzyjne zidentyfikowanie obszarów do poprawy i optymalizacji. Ta wiedza staje się kluczowym elementem prowadzonych szkoleń, które są konkretne i oparte na rzeczywistych przypadkach. Uczestnicy nie tylko zdobywają teoretyczną wiedzę, lecz także uczą się praktycznych metod poprawy skuteczności swoich kampanii.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po ukończeniu szkolenia każdy Uczestnik otrzyma dostęp do Akademii Marketing Online, a tam do przeglądania materiałów ze szkolenia:

- Prezentacje szkoleniowe z linkami do artykułów/danych/publikacji/książek polsko- i obcojęzycznych dotyczących prezentowanych zagadnień
- Nagrania ze szkolenia na żywo
- Szkolenie w formie e-learning z Podstaw Marketingu w Internecie z interaktywnymi quizami

Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone na żywo, w czasie rzeczywistym.

Szkolenie prowadzone jest w wymiarze - 20% teoretycznym, 80% praktycznym.

Dostęp do prezentacji oraz innych materiałów online.

W związku z posiadaniem przez nas znakiem jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno - Szkoleniowych (MSUES 2.0) mają Państwo możliwość składania do WUP Kraków (Centrum Zapewniania Jakości Kształcenia) informacji o niskiej jakości usług, niezgodności działalności instytucji z wymaganiami MSUES osobiście, telefonicznie lub mailowo na adres: jakosc@wup-krakow.pl

Warunki techniczne

Szkolenie prowadzone w formie online za pośrednictwem platformy Zoom. Aby uczestniczyć w szkoleniu każdy uczestnik musi przygotować we własnym zakresie odpowiedni sprzęt, który zapewni możliwość uzyskania odpowiednich efektów uczenia się:

- PC, laptop lub telefon komórkowy z łączem internetowym (stałe lub mobilne 3G lub 4G/LTE)
- System operacyjny: macOS X z macOS 10.7 lub nowszym, Windows 10, Windows 8 lub 8.1, Windows 7, Windows Vista z SP1 lub dedykowana aplikacja mobilna z AppStore lub GooglePlay
- Wbudowany mikrofon/zestaw słuchawkowy dla osób chcących zadawać pytania głosowo (nie przez chat)
- przeglądarka internetowa Chrome lub FireFox

Kontakt



Paulina Wilk

E-mail szkolenia@marketingonline.pl

Telefon (+48) 533 233 930