



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie SEO (Search Engine Optimisation) – od podstaw do zaawansowanego

Numer usługi 2024/04/12/118911/2122475

📍 Gdańsk / stacjonarna
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 16 h
📅 15.07.2024 do 16.07.2024

2 880,00 PLN brutto
2 880,00 PLN netto
180,00 PLN brutto/h
180,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

Kategoria	Biznes / Marketing
Sposób dofinansowania	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
Grupa docelowa usługi	Szkolenie z pozycjonowania adresowane jest m.in. do: - osób planujących karierę w SEO, - przedsiębiorców (właścicieli mikro i małych firm), - młodszych specjalistów SEO, - pracowników działu marketingu i marketingu internetowego, - pracowników sklepów internetowych, - właścicieli i administratorów stron internetowych, - blogerów, - copywriterów, - dziennikarzy, - ux designerów, - pozostałych osób zainteresowanych SEO
Minimalna liczba uczestników	1
Maksymalna liczba uczestników	3
Data zakończenia rekrutacji	12-07-2024
Forma prowadzenia usługi	stacjonarna
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie SEO przygotowuje do samodzielnej poprawy efektywności w zakresie pozycjonowania stron internetowych, zwiększeniu ilości ruchu organicznego i docelowo realizacji celów biznesowych, takich jak: wzrost konwersji czy sprzedaży (szkolenie poszerzone jest o techniki poprawy konwersji).

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Planuje działania właściwej strategii SEO	Ocena kiedy warto inwestować w SEO, a kiedy nie warto	Test teoretyczny
	Dobiera odpowiednie słowa kluczowe	Test teoretyczny
	Stosuje SEO do pozyskiwania klientów	Test teoretyczny
	Definiuje jak sprawdzić, czy firma pozycjonująca dobrze wykonuje swoją pracę	Test teoretyczny
	Planuje właściwą strategię dla SEO	Test teoretyczny
	Buduje poprawną strukturę strony	Test teoretyczny
projektuje strony optymalnej dla Google	Definiuje czym jest algorytm Google	Test teoretyczny
	Omawia czym jest zaufanie Google do strony i jaki ma ono wpływ na ruch	Test teoretyczny
	Tworzy Google Search Console na stronie	Test teoretyczny
	Wykorzystuje indeksowanie strony przez Google	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Tak, dokument potwierdza 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, dokument 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, dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji

Program

Usługa stacjonarna, realizowana jest w godzinach dydaktycznych 45 min

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami, ćwiczenia indywidualne.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia.

Aby wziąć udział w szkoleniu nie jest wymagana żadna wiedza z zakresu omawianych pojęć .

DZIEŃ I

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

I blok - Czym jest SEO?- teoria

- Charakterystyka SEO
- Czym jest SEO?
- Wyniki naturalne vs. płatne, SEM = SEO + PPC
- Działanie wyszukiwarki
- Roboty, wyszukiwarki, data center
- Jak Google widzi Twoją stronę?
- Google PageRank – obecna wartość wskaźnika
- Dobór i analiza słów kluczowych
- Jak szukać odpowiednich słów kluczowych?
- Konkurencyjność fraz
- Na co pozycjonuje się konkurencja?
- Przegląd najlepszych narzędzi doboru fraz

II blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka

- Najważniejsze czynniki wpływające na pozycję w Google – wstęp
- Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki wewnętrzne
- Optymalna budowa adresów stron oraz linki
- Sekcja head
- Kod strony i jego wpływ na pozycję
- Optymalna budowa strony pod wyszukiwarkę Google
- Linkowanie wewnętrzne

III blok - SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?-teoria

- SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom?
- Pisanie tekstów z wykorzystaniem słów kluczowych
- Jak uniknąć przeoptymalizowania witryny?
- Jak wpływać na pozycję w Google? – czynniki zewnętrzne
- Rodzaje linków

- Link Building
- W jaki sposób poprawnie linkować?
- Metody pozyskiwania linków
- Linkowanie mające negatywny wpływ na pozycję
- Local SEO
- Pozycjonowanie w wynikach lokalnych i mapach
- Elementy optymalizowane w mapach

Blok IV i V - Najważniejsze raporty każdego właściciela witryny. Jak zacząć stosowanie SEO?-praktyka

- Google Search Console
- najważniejsze raporty każdego właściciela witryny
- Google sitemap
- Robots.txt
- Filtry w Google
- Jak działają i na czym polegają zmiany algorytmiczne?
- Jak sprawdzić, czy nasza witryna ma filtr?
- Jak bronić się przed filtrem?
- Strategie SEO
- Pozycjonowanie wybranych słów
- Pozycjonowanie szerokie (Long Tail)
- SEO multimediów (grafika i video)
- SEO PR
- SEO dla Social Media i Web 2.0.
- Mobile Search
- Jak zacząć stosowanie SEO?
- Do kiedy jesteśmy w stanie pozycjonować witrynę samodzielnie?
- Wybór strategii SEO
- Jak skutecznie współpracować z agencją SEO?
- Modele rozliczeń SEO
- Najważniejsze czynniki przy wyborze dobrej oferty SEO
- Przykładowe oferty
- Podsumowanie i zakończenie pierwszego dnia szkolenia.

DZIEŃ II

Blok VI - Badanie backlinków własnych i konkurencji; analiza stron- teoria

- Badanie backlinków własnych i konkurencji
- Profesjonalna analiza stron za pomocą narzędzi jak:
- MajesticSEO
- Ahrefs
- Clusteric Auditor
- WebMeUp
- Zaawansowane techniki optymalizacji witryny
- Poprawna migracja lub przebudowa witryny
- Jak zachować uzyskane pozycje przy przebudowie witryny
- Zmiany adresów URL podstron witryny
- Zmiana domeny z zachowaniem uzyskanych pozycji
- Najważniejsze zmiany na poziomie kodu źródłowego witryny
- Rich Snippets w wyszukiwarce Google

Blok VII - Wszystko o zapleczach SEO-praktyka

- Wszystko o zapleczach SEO
- znaczenie hostingu w budowie zaplecza SEO
- Jak budować efektywne zaplecza
- Narzędzia automatyzujące budowę zaplecza i generatory treści
- Najnowsze zmiany w algorytmach Google
- Jak utrzymać pozycje przy zmianach algorytmu Google
- Filtry i kary w Google
- Analiza danych, czyli jak rozpoznać, że nasza witryna została ukarana?
- Jak wydostać się z filtra Google?

Blok VIII - Pozycjonowanie-praktyka

- Black Hat SEO
- Agresywne techniki pozycjonowania
- Czym jest pozycjonowanie przez piramidy
- Przegląd technik linkowania „nie lubianych” przez Google
- Zaawansowany link building
- Link Baiting – kreatywne metody pozyskiwania linków
- Obecne źródła dobrych linków
- Od czego zacząć budowanie dobrej sieci linków
- Content marketing
- Jak blog firmowy może pomóc w pozycjonowaniu?
- Guest blogging – skuteczne wpisy gościnne
- Przegląd polskich platform content marketingowych (Linkhouse, Whitepress)

IX blok - Wyszukiwanie nowych miejsc promocji-teoria

- Footprinty – skuteczne wyszukiwanie nowych miejsc promocji własnej witryny
- Szukanie miejsc promocji przy wykorzystaniu Google
- Wyszukiwanie nowych miejsc promocji
- Identyfikacja miejsc promocji konkurencji
- SEO kiedyś i dziś
- Techniki pozycjonowania, które już NIE działają
- Jak skutecznie pozycjonować w najbliższych latach?
- Jak budować stabilne pozycje na lata? – przyszłościowe podejście do SEO
- Podsumowanie i zakończenie szkolenia

Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 14

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	15-07-2024	08:30	08:45	00:15
2 z 14 I blok - Czym jest SEO?- teoria	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	08:45	10:00	01:15
3 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	10:00	10:30	00:30
4 z 14 II blok - Przedstawienie i omówienie najważniejszych czynników wpływających na pozycję- teoria+praktyka	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	10:30	12:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	12:00	12:30	00:30
6 z 14 III blok - SEO Copywriting – jak pisać teksty przyjazne wyszukiwarkom? -teoria	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	12:30	14:00	01:30
7 z 14 Blok IV i V - Najważniejsze raporty każdego właściciela witryny. Jak zacząć stosowanie SEO? -praktyka	Krzysztof Bernardyn	15-07-2024	14:00	15:30	01:30
8 z 14 Blok VI - Badanie backlinków własnych i konkurencji; analiza stron- teoria	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	08:30	10:00	01:30
9 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	10:00	10:30	00:30
10 z 14 Blok VII - Wszystko o zapleczach SEO- praktyka	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	10:30	12:00	01:30
11 z 14 Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	12:00	12:30	00:30
12 z 14 Blok VIII - Pozycjonowanie- praktyka	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	12:30	14:00	01:30
13 z 14 IX blok - Wyszukiwanie nowych miejsc promocji-teoria	Krzysztof Bernardyn	16-07-2024	14:00	15:15	01:15
14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji)	-	16-07-2024	15:15	15:30	00:15

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt usługi brutto	2 880,00 PLN
Koszt usługi netto	2 880,00 PLN
Koszt godziny brutto	180,00 PLN
Koszt godziny netto	180,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Krzysztof Bernardyn

Trener od 2017 roku. Prowadzi indywidualne oraz grupowe kursy i szkolenia z tematyki SEO + nowe technologie, E-commerce, a także Projektowania UI oraz UX wraz z implementacją WordPress / no-code. Przeprowadził ponad 600 godzin szkoleniowych w ostatnich dwóch latach – wśród klientów były zarówno mikro i małe przedsiębiorstwa, jak i liderzy rynku, zatrudniający setki osób.

Najważniejszą wartością szkoleń jest próba indywidualnego / szerokiego spojrzenia i znalezienia najbardziej optymalnego rozwiązania, pomagającego rozwijać konkretne cele biznesowe. Każde szkolenie poprzedzone jest wcześniejszym wywiadem i, w miarę możliwości, szczegółowym audytem oraz analizą konkurencji.

Studiował chemię na Uniwersytecie Gdańskim, którą ukończył w 2007 roku. Od 2007 roku, stale związany z branżą reklamową i kreatywną, gdzie poprzez pracę w agencjach i wydawnictwach zdobywał doświadczenie pracując dla polskich i zagranicznych firm (w tym dla Media Markt Polska). W latach 2015-2023 współwłaściciel agencji reklamowej Snowball Media.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Uczestnicy otrzymują skrypt z materiałami do samodzielnego utrwalenia materiału, prezentację ze szkolenia, a także certyfikat szkolenia.

Warunki uczestnictwa

- Warunkiem uzyskania zaświadczenia jest uczestnictwo w co najmniej 80% zajęć usługi rozwojowej oraz zaliczenie zajęć w formie ćwiczeń.

- Zapisując się na usługę wyrażasz zgodę na rejestrowanie/nagrywanie swojego wizerunku na potrzeby monitoringu, kontroli oraz w celu utrwalenia efektów uczenia się.

Informacje dodatkowe

Organizacja szkolenia:

Szkolenie podzielone jest na blok teoretyczno-warsztatowy według ustalonego harmonogramu. Tematyka, zakres oraz tempo prowadzonych szkoleń dopasowane jest do potrzeb Uczestników szkolenia.

Adres

ul. Kaprów 3A/36
80-316 Gdańsk
woj. pomorskie

Szkolenie znajduje się na ulicy Kaprów 3A. Prosimy o wybranie na domofonie nr 36 aby móc dostać się do wnętrza budynku jeżeli drzwi wejściowe byłby zamknięte. Kierujemy się na schody lub do windy na 3 piętro. Na przeciwko windy znajduje się biuro Digital brand. Po wejściu do środka proszę kierować się do sali na przeciwko drzwi wejściowych.

Udogodnienia w miejscu realizacji usługi

- Wi-fi

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506