



DIGITAL BRAND
MAGDALENA
GŁOMSKA



Szkolenie Google Analytics 4.0, + Google Ads. [kierunek rozwój, bony rozwojowe]

Numer usługi 2024/04/23/118911/2132810

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 05.09.2024 do 06.09.2024

1 440,00 PLN brutto

1 440,00 PLN netto

90,00 PLN brutto/h

90,00 PLN netto/h

Informacje podstawowe

| | |
|--|---|
| Kategoria | Biznes / Marketing |
| Sposób dofinansowania | wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników |
| Grupa docelowa usługi | Szkolenie skierowane jest do: <ul style="list-style-type: none">• Jednoosobowych działalności gospodarczych• Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli• Specjalistów SEO / SEM• Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników• Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów• Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce• Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.• W szkoleniu mogą uczestniczyć także osoby z programu bony rozwojowe oraz Małopolski Pociąg do Kariery |
| Minimalna liczba uczestników | 3 |
| Maksymalna liczba uczestników | 10 |
| Data zakończenia rekrutacji | 04-09-2024 |
| Forma prowadzenia usługi | zdalna w czasie rzeczywistym |
| Liczba godzin usługi | 16 |
| Podstawa uzyskania wpisu do BUR | Standard Usługi Szkoleniowo-Rozwojowej PIFS SUS 2.0 |

Cel

Cel edukacyjny

(Google Analytics) Usługa przygotowuje do wykorzystywania narzędzia Google Analytics do oceny działań marketingu i sprzedaży internetowej oraz podejmowania decyzji w przyjętym modelu biznesowym. Pozwala właściwie oceniać realizowane strategie e-marketingu i sprzedaży w firmie za pomocą narzędzi Google.

(Google Ads) Usługa przygotowuje do budowania wizerunku marki oraz zwiększania sprzedaży w sieci za pomocą reklam w Google

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

| Efekty uczenia się | Kryteria weryfikacji | Metoda walidacji |
|---|---|------------------|
| Charakteryzuje elementy analitycznego myślenia | Analizuje dane w Google Analytics, | Test teoretyczny |
| | Charakteryzuje zachowanie użytkowników na swoich stronach internetowych | Test teoretyczny |
| | dokonuje trafnych wniosków na podstawie zebranych informacji. | Test teoretyczny |
| | Tworzy skuteczne kampanie reklamowe w Google Ads, | Test teoretyczny |
| planuje i realizuje kampanie reklamowe w celu zwiększenia skuteczność promocji online | dostosowuje strategię do potrzeb swojego biznesu oraz efektywnie zarządza budżetem reklamowym, zwiększając widoczność swojego biznesu w internecie i generując większy ruch na swoich stronach. | Test teoretyczny |
| planuje strategię marketingowe w celu zwiększenia konkurencyjności na rynku | monitoruje i analizuje wyniki swoich działań marketingowych | Test teoretyczny |
| | Charakteryzuje w jaki sposób udoskonalić strategię promocyjne i maksymalizację zwrotu z inwestycji w reklamę online. | 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 zdalna w czasie rzeczywistym, szkolenie realizowane jest w godzinach dydaktycznych 45 min.

Przerwy nie są wliczone w czas trwania usługi.

Metody pracy: wykłady, dyskusje z uczestnikami i case study uczestników, ćwiczenia indywidualne, videorozmowa, współdzielenie ekranu, interaktywny chat za pomocą, którego będą przesyłane linki do podstron i omawianych tematów.

Aby realizacja usługi pozwoliła osiągnąć cel główny, warunkiem jest zaangażowanie uczestnika w różnorodne formy pracy podczas szkolenia. Szkolenie przeznaczone jest zarówno dla osób początkujących, jak i osób bardziej zaawansowanych.

Dzień I

trener Krzysztof Bernardyn

Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)

Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo

- Czym jest analityka webowa?
- Dlaczego wybrać Google Analytics?
- Jakie są alternatywy dla Google Analytics?
- Opcje Google Analytics
- Jak działa Google Analytics?
- Jak uzyskać dostęp do Google Analytics?
- Wersja demonstracyjna Google Analytics: Google Merchandise Shop, aplikacja Flood It!

Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczenia

- Jak pracować z danymi?
- Zrozumienie podstawowych danych
- Kategorie danych: Odbiorcy
- Kategorie danych: Zachowanie
- Kategorie danych: Pozyskiwanie
- Kategorie danych: Konwersja
- Kategorie danych: Czas rzeczywisty

Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia

- Kluczowe zakresy konfiguracji
- Odfiltrowanie niepożądanych danych
- Odfiltrowanie danych wewnętrznych
- Odfiltrowanie ruchu automatycznego i sztucznego
- Odfiltrowanie bramek płatności
- Monitorowanie wewnętrznej wyszukiwarki serwisu
- Opcje zaawansowane konfiguracji
- Włączanie modułu sprzedażowego
- Połączenie systemu analitycznego z innymi usługami Google
- Widoki danych

- Przechowywanie danych
- Etapy konfiguracji kluczowych celów
- Konfiguracja lejka konwersji – sprzedaży
- Grupowanie kanałów
- Lista sprawdzająca dla poprawnej konfiguracji

Blok IV-Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia

- Praktyczne wykorzystanie danych analitycznych
- Podstawowe pojęcia analityczne
- Kluczowe zasady pracy z danymi
- Segmentacja danych
- Weryfikacja zmian i trendów
- Filtrowanie raportów
- Tworzenie własnych raportów
- Tworzenie automatycznych powiadomień
- Porządkowanie danych marketingowych
- Efektywne podejście analityczne
- Jak mierzyć efektywność działań marketingowych?
- Możliwości systemu analitycznego: Pomiar niestandardowy
- Analiza danych w codziennej pracy
- Przykłady praktyczne – ćwiczenia

Dzień II

Trener Paulina Łysakowska

Blok I - czym jest i jak działa system reklamowy Google Ads? (praktyka)- współdzielenie ekranu

- czym jest i jak działa system reklamowy Google Ads? Krótka historia
- wskazanie różnic pomiędzy wynikami bezpłatnymi a płatnymi w Google. Przedstawienie najważniejszych zalet oraz wad pozycjonowania i reklam
- gdzie wyświetlają się i jak wyglądają reklamy Google? Typy oraz formaty reklam
- podstawowa terminologia. Przedstawienie sposobów płatności

Blok II - założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii (praktyka)- ćwiczenia

- założenie konta Google Ads
- omówienie profilu płatności
- określanie optymalnego budżetu kampanii (korzystanie z planera słów kluczowych)
- zapoznanie się z podstawowymi funkcjami panelu

Blok III - prawidłowa struktura kampanii, omówienie celów i ustawień (praktyka)- ćwiczenia

- prawidłowa struktura kampanii, omówienie celów i ustawień (z których funkcji systemu warto zrezygnować mimo, że są rekomendowane przez Google?)
- różne typy dopasowań słów kluczowych, czyli co należy zastosować chcąc uchronić się przed przepaleniem budżetu?
- jak obniżyć koszt za kliknięcie? - tworzenie atrakcyjnych przekazów reklamowych
- rozszerzenia reklam (rozszerzenie linków do podstron, objaśnień, połączeń, informacji w witrynie)
- ustawienie konwersji - połączenie telefoniczne bezpośrednio z reklamy
- podstawowe wskazówki optymalizacyjne

Blok IV - skuteczność kampanii i jej ocena. (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu

- ocena kampanii (przedstawienie parametrów, na które należy zwrócić uwagę)
- podsumowanie szkolenia/pytania

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) | - | 05-09-2024 | 08:30 | 08:45 | 00:15 |
| 2 z 14 Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 08:45 | 10:00 | 01:15 |
| 3 z 14 Przerwa 30 min | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |
| 4 z 14 Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczenia | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 5 z 14 Przerwa 30 min | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 12:00 | 12:30 | 00:30 |
| 6 z 14 Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 12:30 | 14:00 | 01:30 |
| 7 z 14 Blok IV- Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia | Krzysztof Bernardyn | 05-09-2024 | 14:00 | 15:30 | 01:30 |
| 8 z 14 Blok I - czym jest i jak działa system reklamowy Google Ads? (praktyka)- współdzielenie ekranu | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 08:30 | 10:00 | 01:30 |
| 9 z 14 Przerwa 30 min | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 10:00 | 10:30 | 00:30 |

| Przedmiot / temat zajęć | Prowadzący | Data realizacji zajęć | Godzina rozpoczęcia | Godzina zakończenia | Liczba godzin |
|---|--------------------|-----------------------|---------------------|---------------------|---------------|
| 10 z 14 Blok II - założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii (praktyka)-ćwiczenia | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 10:30 | 12:00 | 01:30 |
| 11 z 14 Przerwa 30 min | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 12:00 | 12:30 | 00:30 |
| 12 z 14 Blok III - prawidłowa struktura kampanii, omówienie celów i ustawień (praktyka)-ćwiczenia | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 12:30 | 14:00 | 01:30 |
| 13 z 14 Blok IV - skuteczność kampanii i jej ocena. (teoria+praktyka)-rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu | Paulina Łysakowska | 06-09-2024 | 14:00 | 15:15 | 01:15 |
| 14 z 14 Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji) | - | 06-09-2024 | 15:15 | 15:30 | 00:15 |

Cennik

Cennik

| Rodzaj ceny | Cena |
|----------------------|--------------|
| Koszt usługi brutto | 1 440,00 PLN |
| Koszt usługi netto | 1 440,00 PLN |
| Koszt godziny brutto | 90,00 PLN |

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Paulina Łysakowska

Paulina Łysakowska. Ukończyła studia magisterskie na Uniwersytecie Gdańskim, na kierunku dziennikarstwo i komunikacja społeczna, ze specjalizacją reklama i public relations. Posiada ponad 8 lat doświadczenia w marketingu. Od 2016 roku zajmuje się zawodowo tworzeniem i optymalizacją kampanii reklamowych Google Ads. Dzięki Jej umiejętnościom wiele marek nie tylko zaistniało w sieci, jak i zyskało rentowną sprzedaż oraz wartościowe zapytania. Jako trener przeprowadziła ponad 140 godzin szkoleniowych.



2 z 2

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.
- W szkoleniu mogą uczestniczyć także osoby z programu bony rozwojowe oraz Małopolski Pociąg do Kariery

Informacje dodatkowe

Szkolenie jest przeznaczone dla osób, które chcą rozpocząć swoją przygodę z Google jak i dla osób, które posiadają już zakres wiedzy z omawianych tematów.

Jak się przygotować do szkolenia Google Analytics i Google Ads, aby było dla Ciebie jeszcze bardziej efektywne?

Jeśli masz już stronę www

- **Sprawdź czy masz dostęp do Google Analytics/i lub Google Ads (jeśli możesz mieć -to uzyskaj)**
- **Wypisz listę produktów bądź usług, które chcesz uwzględnić w promocji oraz najważniejsze zalety Twojej firmy, warte podkreślenia w tekstach reklamowych**
- **Jeśli nie masz konta Google Analytics lub konta reklamowego Google Ads (bądź nie pamiętasz hasła czy loginu), nie przejmuj się - nowe konto założymy w trakcie szkolenia (ważne jest jedynie, byś posiadał/a konto Google). Google Analytics – pomożemy Ci je podłączyć do strony**

Jeśli nie masz strony www i chciałbyś sprawdzić jak działają te narzędzia – nie martw się! Na przykładach Case Study, które pokażemy – zobaczysz jak się to robi

Warunki techniczne

Wymagania techniczno-sprzętowe:

Każdy uczestnik szkolenia powinien mieć możliwość korzystania z komputera z dostępem do Internetu oraz dostępem do konta Google Analytics.

Szkolenie będzie się odbywać za pomocą aplikacji online – przed szkoleniem Uczestnicy otrzymają link.

Wymagania techniczne w przypadku webinarów / szkoleń online:

Dla aktywnego uczestnictwa w warsztatach, każdy jego uczestnik powinien posiadać komputer z dostępem do Internetu z zainstalowanym pakietem Office 2007, 2010, 2013 lub 2016/365 lub równoważnym oraz programem Acrobat Reader.

- Procesor dwurdzeniowy 2GHz lub lepszy (zalecany czterordzeniowy)
- 2 GB pamięci RAM (zalecane 4 GB lub więcej)
- System operacyjny Windows 8 (zalecany Windows 10), Mac OS wersja 10.13 (zalecana najnowsza wersja), Linux, ChromeOS

Ponieważ szkolenie prowadzone będzie na platformie Clickmeeting lub google meets opartej na przeglądarce, wymagane jest korzystanie z ich najaktualniejszych oficjalnych wersji, takich jak Google Chrome, Mozilla Firefox, Safari, Edge, Opera.

Będzie to webinar realizowany w trybie dyskusji – umożliwi on uczestnikom rozmowę wideo w czasie rzeczywistym zarówno z prowadzącym, jak też z innymi uczestnikami. Dzięki temu uczestnicy mają wrażenie osobistego udziału w szkoleniu z prowadzącym i innymi uczestnikami.

Kontakt



Magdalena Głomska

E-mail biuro@digitalbrand.com.pl

Telefon (+48) 505 139 506