



ZWIĄZEK
PRACODAWCÓW
BRANŻY
INTERNETOWEJ
INTERACTIVE
ADVERTISING
BUREAU POLSKA



Mierzenie efektywności kampanii marketingowej - szkolenie

Numer usługi 2024/05/29/9718/2166144

📍 zdalna w czasie rzeczywistym
🏠 Usługa szkoleniowa
🕒 20 h
📅 23.09.2024 do 25.09.2024

2 214,00 PLN brutto
1 800,00 PLN netto
110,70 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 jest adresowane do: - marketerów, specjalistów ds. promocji, pracowników działów zakupów; - osób związanych z marketingiem online, które chcą poznać i stosować kluczowe wskaźniki, by zmaksymalizować skuteczność kampanii i mierzyć jej efektywność; - osób, które dopiero rozpoczynają swoją przygodę z marketingiem internetowym i chciałyby więcej dowiedzieć się na temat możliwości mierzenia efektów kampanii; - specjalistów i menedżerów z agencji komunikacyjnych odpowiedzialnych za komunikację z klientem, a także z zespołem kreatywnym; - osób odpowiedzialnych za przygotowanie i przedstawienie finalnej oferty klientowi; - pracowników agencji reklamowych, chcących zdobyć kompetencje w zakresie pracy z briefem agencyjnym, klienckim, kreatywnym, marketingowym. Szkolenie jest zgodne z rekomendacjami Sektorowej Rady ds. Kompetencji Sektora Komunikacji Marketingowej.
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	15

Data zakończenia rekrutacji	20-09-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	20
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Usługa przygotowuje do zrozumienia, które wskaźniki w największym stopniu pomogą zrealizować cele prowadzenia działań marketingowych online: budowania świadomości marki, wizerunku i zaangażowania oraz efektywności podejmowanych działań, poznania wad i zalet wskaźników mediowych, co ułatwi podejmowanie decyzji optymalizacyjnych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Posługuje się odpowiednimi wskaźnikami do mierzenia realizacji celów kampanii marketingowych	Dobiera adekwatne metody pomiaru skuteczności kampanii w stosunku do wybranych kanałów dotarcia	Test teoretyczny
	Szacuje skuteczność kampanii w poszczególnych mediach w oparciu o zdefiniowane parametry	Test teoretyczny
	Posługuje się narzędziami analitycznymi i interpretuje pozyskiwane z nich dane w czasie trwania kampanii	Test teoretyczny
	Analizuje efekty, proponuje wdrożenie poprawek lub zmian reklamowych w trakcie trwania kampanii	Test teoretyczny
	Opracowuje wnioski na przyszłe realizacje	Test teoretyczny

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

Zaświadczenie wydawane po zakończeniu usługi 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, wydane zaświadczenie 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, wydane zaświadczenie potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji.

Program

Dzień 1:

1. Media Landscape – rola Internetu w ekosystemie mediów w Polsce - **1 h**
2. Podstawowe rodzaje kampanii internetowych świadomość, wizerunek/ zaangażowanie, efekt: czym się charakteryzują, do jakich kampanii jakie KPI możemy dopasować - **1 h 45 min**
3. Kanały / rodzaje komunikacji w internecie przykłady plus omówienie: display, video, emailing , SEM/SEO, Content marketing, social media, mobile - **1 h 45 min**

DZIEŃ 2:

1. Modele rozliczeniowe – za co możemy się rozliczać prowadząc kampanie w Internecie, jaka jest różnica między rozliczeniem a optymalizacją pod kątem osiągnięcia konkretnego efektu, najpopularniejsze modele rozliczeniowe w podziale na poszczególne rodzaje reklamy - **1 h 30 min**
2. Uniwersalne wskaźniki mediowe – co możemy analizować na ścieżce konwersji użytkownika: od wyemitowania reklamy po zachowania internauty na stronie docelowej kampanii (CTR, CPC, CPUU/CPRU, Zasięg, CPM, PV, dedykowane np. CPD w Mobile, OR/CTOR/DR/ Churn Rate w Email Marketingu) - **1 h**
3. Modele emisji kampanii internetowych - **30 min**
4. Dodatkowe informacje na temat wskaźników online – jak możemy optymalizować wskaźnik CTR? Wskaźniki jakościowe w kampaniach online – Viewability, Brand Safety. Jak na efektywność kampanii online wpływają AdBlocki - **50 min**
5. Źródła danych – skąd czerpać wiedzę na temat rynku reklamy internetowej? Przydatne raporty i narzędzia w digital marketingu (prezentacja na żywo Gemius Mediapanel + Gemius AdReport + Similarweb) - **40 min**

Dzień 3:

1. Dedykowane badania kampanii internetowych - **1 h 30 min**
2. Wskaźniki badawcze - **1 h 45 min**
3. Praca z briefem - **1 h 15 min**

Uczestnicy poznają przykłady prawidłowych i nieprawidłowych realizacji z Polski i świata wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności.

Rozliczeniu podlegają godziny dydaktyczne (45min.)

Warunki niezbędne do spełnienia przez uczestników usługi, aby realizacja usługi pozwoliła na osiągnięcie głównego celu: usługa/szkolenie nie wymaga od uczestników znajomości tematu z obszaru e-marketingu, aktywność na zajęciach, minimalny poziom frekwencji - 80%.

Weryfikacja następuje na podstawie prac zrealizowanych przez uczestników szkolenia:

- warsztaty oparte na analizie case study
- quizy
- symulacje i wypracowanie konkretnych rozwiązań

- testy wiedzy

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 22

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
1 z 22 Media Landscape – rola Internetu w ekosystemie mediów w Polsce - teoria	Michał Szczur	23-09-2024	10:00	11:00	01:00
2 z 22 Podstawowe rodzaje kampanii internetowych świadomość, wizerunek/ zaangażowanie, efekt - teoria	Michał Szczur	23-09-2024	11:00	11:30	00:30
3 z 22 Przerwa	Michał Szczur	23-09-2024	11:30	11:45	00:15
4 z 22 Podstawowe rodzaje kampanii internetowych świadomość, wizerunek/ zaangażowanie, efekt - praktyka	Michał Szczur	23-09-2024	11:45	13:00	01:15
5 z 22 Kanały / rodzaje komunikacji w internecie przykłady - teoria	Michał Szczur	23-09-2024	13:00	13:15	00:15
6 z 22 Przerwa	Michał Szczur	23-09-2024	13:15	13:30	00:15
7 z 22 Kanały / rodzaje komunikacji w internecie przykłady- praktyka	Michał Szczur	23-09-2024	13:30	15:00	01:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
8 z 22 Modele rozliczeniowe – za co możemy się rozliczać prowadząc kampanie w Internecie - praktyka	Michał Szczur	24-09-2024	10:00	11:30	01:30
9 z 22 Przerwa	Michał Szczur	24-09-2024	11:30	11:45	00:15
10 z 22 Uniwersalne wskaźniki mediowe – praktyka	Michał Szczur	24-09-2024	11:45	12:45	01:00
11 z 22 Modele emisji kampanii internetowych - praktyka	Michał Szczur	24-09-2024	12:45	13:15	00:30
12 z 22 Przerwa	Michał Szczur	24-09-2024	13:15	13:30	00:15
13 z 22 Dodatkowe informacje na temat wskaźników online praktyka	Michał Szczur	24-09-2024	13:30	14:00	00:30
14 z 22 Wskaźniki ćwiczenia interaktywne	Michał Szczur	24-09-2024	14:00	14:20	00:20
15 z 22 Źródła danych – skąd czerpać wiedzę na temat rynku reklamy internetowej? - teoria	Michał Szczur	24-09-2024	14:20	15:00	00:40
16 z 22 Dedykowane badania kampanii internetowych - praktyka	Michał Szczur	25-09-2024	10:00	11:30	01:30
17 z 22 Przerwa	Michał Szczur	25-09-2024	11:30	11:45	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
18 z 22 Wskaźniki badawcze - teoria	Michał Szczur	25-09-2024	11:45	12:45	01:00
19 z 22 Wskaźniki badawcze ćwiczenie grupowe	Michał Szczur	25-09-2024	12:45	13:30	00:45
20 z 22 Przerwa	Michał Szczur	25-09-2024	13:30	13:45	00:15
21 z 22 Ćwiczenia z briefem - praca w grupach	Michał Szczur	25-09-2024	13:45	15:00	01:15
22 z 22 Walidacja	-	25-09-2024	15:00	15:10	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 214,00 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 800,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	110,70 PLN
Koszt osobogodziny netto	90,00 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 z 2

Michał Szczur

Digital Activation Manager w Mindshare z ponad 15-letnim doświadczeniem, Trener DIMAQ. Odpowiedzialny za wewnętrzne szkolenia dla zespołu.

Staż szkoleniowy w obszarze pomiaru efektywności kampanii to ponad 200 godzin.

Od początku kariery zawodowej związany z domem mediowym Mindshare. Doświadczenie zdobywał prowadząc kampanie digitalowe m.in. dla BRE Bank/mBank, Ubisoft, NIKE, LG, IBM, Heinz,

Discovery Channel. Laureat konkursów branżowych Effie, Golden Arrow i InnovationAd.
SGH - magister



2 z 2

Karolina Chołuj

Dyrektor działu badań i analiz w Mindshare,
20 lat doświadczenia w branży, w agencjach badawczych oraz mediowych, współpracowała z największymi reklamodawcami, zarówno lokalnie jak i w środowisku międzynarodowym. Na co dzień kieruje zespołem badaczy i analityków, który realizuje projekty dla klientów Mindshare oraz wspiera planowanie strategiczne komunikacji realizowanej w agencji.
Staż szkoleniowy w obszarze pomiaru efektywności kampanii to ponad 120 godzin szkoleniowych.
Wykształcenie wyższe.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają materiały szkoleniowe w formie elektronicznej:

- Prezentacja szkoleniowa
- Linki do źródeł do dalszego samokształcenia

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 80% frekwencji.

Warunki uczestnictwa

Przed zapisaniem się proszę o kontakt szkolenia@dimaq.eu w celu potwierdzenia terminu i dostępności miejsc dla Uczestników.

Warunkiem uczestnictwa jest rejestracja i założenie konta w BUR, dokonanie zapisu na szkolenie za pośrednictwem BUR oraz spełnienie wszystkich warunków określonych przez Operatora.

Zapraszamy na inne szkolenia z e-marketingu, dostępne na stronie: <https://dimaq.pl/akademia-dimaq/>. Szkolenie może być również zorganizowane w formie szkolenia zamkniętego - na potrzeby konkretnego przedsiębiorstwa.

Informacje dodatkowe

1. Podatek VAT - usługa szkoleniowa jest zwolniona z podatku VAT w przypadku, kiedy przedsiębiorstwo zwolnione jest z podatku VAT lub dofinansowanie wynosi co najmniej 70%. W innej sytuacji do ceny netto doliczany jest podatek VAT w wysokości 23%. Podstawa: §3 ust. 1 pkt. 14 rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20.12.2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz szczegółowych warunków stosowania tych zwolnień (Dz.U. z 2018 r., poz. 701). Wymagane oświadczenie przedsiębiorstwa.

Warunki techniczne

Szkolenie będzie dostępne na platformie Zoom, Teams lub LiveWebinar. Każdy z uczestników dostanie link do szkolenia.

Minimalne wymagania sprzętowe, jakie musi spełniać komputer Uczestnika lub inne urządzenie do zdalnej komunikacji - system operacyjnych Windows, macOS i Linux, zalecany: procesor dwurdzeniowy o taktowaniu co najmniej 2 Ghz (Intel i3/i5/i7 lub ekwiwalent AMD), pamięć RAM - 4 Gb

Minimalne wymagania dotyczące parametrów łącza sieciowego, jakim musi dysponować Uczestnik: dla audio 256 kb/s, Video w wersji HD – 4Mb/s – to są parametry górne graniczne.

System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wskazane kamera i mikrofon.

Link umożliwiający uczestnictwo w spotkaniu on-line będzie aktywny przez cały okres trwania kursu.

Kontakt



Ewa Opach

E-mail e.opach@dimaq.eu

Telefon (+48) 735 911 657