



DIGITAL BRAND  
MAGDALENA  
GŁOMSKA



## Szkolenie Google Analytics 4.0, + Google Ads.

Numer usługi 2024/07/08/118911/2212392

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 23.10.2024 do 24.10.2024

2 880,00 PLN brutto

2 880,00 PLN netto

180,00 PLN brutto/h

180,00 PLN netto/h

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Sposób dofinansowania</b>	wsparcie dla osób indywidualnych wsparcie dla pracodawców i ich pracowników
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<b>Szkolenie skierowane jest do:</b> <ul style="list-style-type: none"><li>• Jednoosobowych działalności gospodarczych</li><li>• Przedsiębiorstw, korporacji i dużych firm - prezesów i właścicieli</li><li>• Specjalistów SEO / SEM</li><li>• Osób zarządzających działami - dyrektorów, menedżerów i kierowników</li><li>• Zespołów sprzedażowych i marketingowych - projekt managerów</li><li>• Wyspecjalizowanych działów w obrębie danej firmy - specjalistów ds. marketingu, PR, e-commerce</li><li>• Instytucji i organizacji pozarządowych (NGO), fundacji, non-profit, spółdzielni, podmiotów społecznych itd.</li></ul>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	1
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	3
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	22-10-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	16
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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
	Analizuje dane w Google Analytics	Test teoretyczny
Charakteryzuje elementy analitycznego myślenia	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 strategie marketingowe w celu zwiększenia konkurencyjności na rynku	monitoruje i analizuje wyniki swoich działań marketingowych	Test teoretyczny
	Charakteryzuje w jaki sposób udoskonalić strategie 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 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 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
<b>1 z 14</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (pre-test w ramach walidacji)	-	23-10-2024	08:30	08:45	00:15
<b>2 z 14</b> Blok I- Google Analytics - wprowadzenie (teoria)- rozmowa na żywo	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	08:45	10:00	01:15
<b>3 z 14</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	10:00	10:30	00:30
<b>4 z 14</b> Blok II- Instalacja i konfiguracja Google Analytics (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	10:30	12:00	01:30
<b>5 z 14</b> Przerwa 30 min	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	12:00	12:30	00:30
<b>6 z 14</b> Blok III- Analityka (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	12:30	14:00	01:30
<b>7 z 14</b> Blok IV- Google Search Console (praktyka)- ćwiczenia	Krzysztof Bernardyn	23-10-2024	14:00	15:30	01:30
<b>8 z 14</b> Blok I - czym jest i jak działa system reklamowy Google Ads? (praktyka)- współdzielenie ekranu	Paulina Łysakowska	24-10-2024	08:30	10:00	01:30
<b>9 z 14</b> Przerwa 30 min	Paulina Łysakowska	24-10-2024	10:00	10:30	00:30

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>10 z 14</b> Blok II - założenie konta Google Ads. Płatności. Budżet kampanii (praktyka)-ćwiczenia	Paulina Łysakowska	24-10-2024	10:30	12:00	01:30
<b>11 z 14</b> Przerwa 30 min	Paulina Łysakowska	24-10-2024	12:00	12:30	00:30
<b>12 z 14</b> Blok III - prawidłowa struktura kampanii, omówienie celów i ustawień (praktyka)-ćwiczenia	Paulina Łysakowska	24-10-2024	12:30	14:00	01:30
<b>13 z 14</b> Blok IV - skuteczność kampanii i jej ocena. (teoria+ praktyka)- rozmowa na żywo, współdzielenie ekranu	Paulina Łysakowska	24-10-2024	14:00	15:15	01:15
<b>14 z 14</b> Przeprowadzenie testu wiedzy (post-test w ramach walidacji).	-	24-10-2024	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

## Prowadzący

Liczba prowadzących: 2



1 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.



2 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.

## 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

**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 clickmeeting lub google meets – 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 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](mailto:biuro@digitalbrand.com.pl)

**Telefon** (+48) 505 139 506