



Marketing Online -
Piotr Guziur



Szkolenie Google Analytics 4 (forma zdalna)

Numer usługi 2024/07/08/16416/2213095

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 16 h

📅 09.09.2024 do 10.09.2024

3 062,70 PLN brutto

2 490,00 PLN netto

191,42 PLN brutto/h

155,63 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: <ul style="list-style-type: none">• myślą o samodzielnym analizowaniu działań w internecie• chcą zweryfikować swoje dotychczasowe działania i pogłębić wiedzę• chcą zacząć pracować jako specjalista ds. analityki w internecie Usługa również adresowana dla uczestników projektu Kierunek Kariera Zawodowa
Minimalna liczba uczestników	5
Maksymalna liczba uczestników	20
Data zakończenia rekrutacji	02-09-2024
Forma prowadzenia usługi	zdalna w czasie rzeczywistym
Liczba godzin usługi	16
Podstawa uzyskania wpisu do BUR	Znak Jakości Małopolskich Standardów Usług Edukacyjno-Szkoleniowych (MSUES) - wersja 2.0

Cel

Cel edukacyjny

Szkolenie pozwala na zdobycie wiedzy o narzędziu Google Analytics 4. Uczestnik szkolenia dowie się jak skutecznie mierzyć swoją działalność w Internecie i pozna najważniejsze raporty w Google Analytics 4. Szkolenie przygotowuje do samodzielnego korzystania z narzędzi analitycznych i uczy jak wyciągać wnioski ze zgromadzonych danych.

Efekty uczenia się oraz kryteria weryfikacji ich osiągnięcia i Metody walidacji

Efekty uczenia się	Kryteria weryfikacji	Metoda walidacji
Uczestnik zakłada konto Google Analytics oraz profil dla strony	<ul style="list-style-type: none"> -Uczestnik potrafi założyć konto Google Analytics, -Uczestnik poprawnie filtruje dane, -Uczestnik potrafi poruszać się po systemie Google Analytics 	Wywiad swobodny
		Test teoretyczny
Uczestnik zna podstawowe zasady Analityki	<ul style="list-style-type: none"> -Uczestnik rozróżnia najważniejsze raporty w Google Analytics 4, -Uczestnik potrafi poprawnie mierzyć swoją działalność w Internecie 	Test teoretyczny
Uczestnik interpretuje interfejs użytkownika, cel witryny oraz wskaźniki, które się w niej znajdują	<ul style="list-style-type: none"> -Uczestnik definiuje, dlaczego użytkownicy rezygnują z zakupów, -Uczestnik wykorzystuje pozyskane dane w sprzedaży na stronie, -Uczestnik kieruje budżetem reklamowym, w taki sposób aby zmniejszyć wydatki oraz podnieść konwersje, -Uczestnik poprawnie segmentuje odwiedzających 	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 - 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 Analytics 4 od Podstaw

Wprowadzenie do systemu Google Analytics

- Najważniejsze cechy Google Analytics 4
- Google Analytics jako część Google Marketing Platform

Interfejs Google Analytics 4

- Konto demonstracyjne Google Analytics 4
- Układ Interfejsu Google Analytics
- Aplikacja mobilna Google Analytics

Jak działa Google Analytics 4?

- Rodzaje sygnałów
- Zakres danych: użytkownik, sesja, zdarzenie

Najważniejsze wymiary w raportach Google Analytics

- Wymiary w raportach Google Analytics oraz ich rodzaje
- Wymiary i dane niestandardowe

Dane w Google Analytics

- Dane w Google Analytics 4
- Zmiany w stosunku do poprzedniej wersji Analytics
- Dane o użytkownikach
- Dane o stronach i ekranach
- Dane o sesjach i zdarzeniach
- Dane o konwersjach

Przegląd podstawowych raportów w Google Analytics

- Raporty w czasie rzeczywistym
- Raporty dotyczące pozyskiwania użytkowników i ruchu
- Raporty o zaangażowaniu użytkowników na witrynie
- Raporty o przychodach
- Sprawdzenie działania witryny w różnych przeglądarkach i rozdzielczościach

Monitorowanie kampanii reklamowych oraz tagi UTM

- Monitorowanie kampanii Google Ads
- Autotagowanie i Synchronizacja konta Google Ads z Google Analytics
- Rozbieżności pomiędzy kliknięciami i sesjami
- Monitorowanie kampanii za pomocą tagów UTM
- Tagowanie kampanii za pomocą UTM - warsztat
- Pomiar konwersji z kampanii Email
- Pomiar wizyt z Facebook'a - efektywność kampanii reklamowej i wizyt organicznych
- Pomiar kampanii autopromocyjnych

Monitorowanie efektywności SEO

- Szczegółowe monitorowanie wizyt z SEO
- Bezpłatne słowa kluczowe i "Not Provided"
- Raport statystyk słów kluczowych z Organic uzyskany dzięki integracji z Search Console

Google Analytics 4 poziom poziom zaawansowany

Modyfikacja raportów podstawowych

- Filtrowanie danych w raportach oraz wyrażenia regularne
- Modyfikacja raportów podstawowych

- Modyfikacja menu nawigacyjnego

Tworzenie własnych raportów w module Eksploracja (ćwiczenie warsztatowe)

- Eksploracja - raporty indywidualne w GA4
- Zakres danych, czyli które dane można łączyć z którymi wymiarami?
- Tworzenie raportu pokazującego skuteczność działań Digital Marketingowych, czyli skąd witryna pozyskuje użytkowników i które źródła najefektywniej realizują cel witryny?
- Tworzenie raportu pokazującego szczegółowo skuteczność kampanii reklamowej na przykładzie Google Ads, Facebook Ads oraz Email

Atrybucja konwersji wielokanałowej

- Na czym polega konwersja wielokanałowa?
- Atrybucja wielokanałowa w GA4 i model Data Driven
- Raporty konwersji wielokanałowej, konwersje wspomagane i ścieżki konwersji
- Raport porównawczy dla modeli atrybucji konwersji wielokanałowej

Multiscreen, czyli łączenie danych z wielu urządzeń użytkownika

- Multiscreen, czyli korzystanie w wielu urządzeniach
- Problem z danymi dotyczącymi pełnej historii kontaktów z reklamą i witryną
- Google Signals i User ID w pomiarze aktywności użytkowników korzystających z wielu urządzeń
- Efekt Halo w kampaniach na różnych etapach Customer Journey
- Efekt Halo w kampaniach mobile

Measurement Plan, czyli co mierzyć za analityki internetowej na witrynie, aby uzyskać bardzo dobrej jakości dane do optymalizacji marketingu w Internecie?

- Wnioski i najlepsze rozwiązania w analizie efektywności kampanii reklamowych na różnych etapach Customer Journey
- Analiza witryny od względem zachowania użytkowników, zaangażowania i Customer Journey
- Mikro i makrokonwersje
- Badanie korelacji między mikro i makrokonwersjami - ćwiczenie warsztatowe z segmentacji użytkowników
- Audyt stanu konta i jakości danych w Google Analytics

Podsumowanie i zakończenie 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 GA4 wraz z omówieniem ich skuteczności i efektywności

Harmonogram

Liczba przedmiotów/zajęć: 0

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
Brak wyników.					

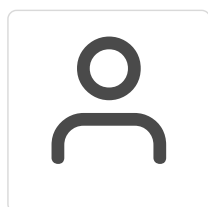
Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	3 062,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 490,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	191,42 PLN
Koszt osobogodziny netto	155,63 PLN

Prowadzący

Liczba prowadzących: 1



1 z 1

Piotr Guziur

CEO Marketing Online, specjalista SEM i SEO, certyfikowany Trener Google AdWords. Autor książki „Marketing w Internecie – strategie dla małych i dużych przedsiębiorstw”, bestselleru wydawnictwa Helion oraz licznych artykułów na temat marketingu internetowego, planowania i badania mediów, a także rozwoju mediów cyfrowych i nowych form reklamy. Pierwsze doświadczenie zawodowe zdobywał w domu mediowym oraz w firmach w Polsce i zagranicą. Zna najnowsze narzędzia i techniki stosowane w GA w kraju jak i na świecie poprzez bieżącą aktualizację swojej wiedzy na potrzeby prowadzenia szkoleń i projektów dla klientów Marketing Online. Od 2009 roku prowadzi szkolenia otwarte jak i dedykowane z zakresu Google Analytics/Google Ads w firmie Marketing Online i posiada ponad 1700 godzin doświadczenia w zakresie edukacji osób dorosłych.

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.

Zawarto umowę z WUP Kraków w ramach projektu Kierunek Kariera Zawodowa

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