



Marketing Online -  
Piotr Guziur



## Szkolenie Google Analytics 4 (forma zdalna)

Numer usługi 2024/09/23/16416/2322562

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 12 h

📅 04.12.2024 do 05.12.2024

1 832,70 PLN brutto

1 490,00 PLN netto

152,73 PLN brutto/h

124,17 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>	Szkolenie dla osób, które: <ul style="list-style-type: none"><li>• myślą o samodzielnym analizowaniu działań w internecie</li><li>• chcą zweryfikować swoje dotychczasowe działania i pogłębić wiedzę</li><li>• chcą zacząć pracować jako specjalista ds. analityki w internecie</li></ul> Usługa również adresowana dla uczestników projektu Kierunek Kariera Zawodowa
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	02-12-2024
<b>Forma prowadzenia usługi</b>	zdalna w czasie rzeczywistym
<b>Liczba godzin usługi</b>	12
<b>Podstawa uzyskania wpisu do BUR</b>	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"> <li>-Uczestnik potrafi założyć konto Google Analytics,</li> <li>-Uczestnik poprawnie filtruje dane,</li> <li>-Uczestnik potrafi poruszać się po systemie Google Analytics</li> </ul>	Wywiad swobodny
		Test teoretyczny
Uczestnik zna podstawowe zasady Analityki	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uczestnik rozróżnia najważniejsze raporty w Google Analytics 4,</li> <li>-Uczestnik potrafi poprawnie mierzyć swoją działalność w Internecie</li> </ul>	Test teoretyczny
Uczestnik interpretuje interfejs użytkownika, cel witryny oraz wskaźniki, które się w niej znajdują	<ul style="list-style-type: none"> <li>-Uczestnik definiuje, dlaczego użytkownicy rezygnują z zakupów,</li> <li>-Uczestnik wykorzystuje pozyskane dane w sprzedaży na stronie,</li> <li>-Uczestnik kieruje budżetem reklamowym, w taki sposób aby zmniejszyć wydatki oraz podnieść konwersje,</li> <li>-Uczestnik poprawnie segmentuje odwiedzających</li> </ul>	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: 16

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 16</b> Wprowadzenie do systemu Google Analytics, Interfejs Google Analytics 4	Piotr Guziur	04-12-2024	09:30	11:00	01:30
<b>2 z 16</b> Przerwa	Piotr Guziur	04-12-2024	11:00	11:15	00:15
<b>3 z 16</b> Jak działa Google Analytics 4, Najważniejsze wymiary w raportach Google Analytics	Piotr Guziur	04-12-2024	11:15	12:45	01:30
<b>4 z 16</b> Przerwa	Piotr Guziur	04-12-2024	12:45	13:45	01:00
<b>5 z 16</b> Dane w Google Analytics, Przegląd podstawowych raportów w Google Analytics	Piotr Guziur	04-12-2024	13:45	15:15	01:30
<b>6 z 16</b> Przerwa	Piotr Guziur	04-12-2024	15:15	15:30	00:15
<b>7 z 16</b> Monitorowanie kampanii reklamowych oraz tagi UTM, Monitorowanie efektywności SEO i synchronizacja z Search Console	Piotr Guziur	04-12-2024	15:30	16:45	01:15
<b>8 z 16</b> Walidacja	-	04-12-2024	16:45	17:00	00:15
<b>9 z 16</b> Modyfikacja raportów oraz tworzenie własnych raportów w module Eksploracja (ćwiczenia warsztatowe)	Piotr Guziur	05-12-2024	09:30	11:00	01:30
<b>10 z 16</b> Przerwa	Piotr Guziur	05-12-2024	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 16 Atrybucja konwersji wielokanałowej	Piotr Guziur	05-12-2024	11:15	12:45	01:30
12 z 16 Przerwa	Piotr Guziur	05-12-2024	12:45	13:45	01:00
13 z 16 Multiscreen, czyli łączenie danych z wielu urządzeń użytkownika	Piotr Guziur	05-12-2024	13:45	15:15	01:30
14 z 16 Przerwa	Piotr Guziur	05-12-2024	15:15	15:30	00:15
15 z 16 Measurement Plan, czyli co mierzyć z analityki internetowej na witrynie, aby uzyskać bardzo dobrej jakości dane do optymalizacji marketingu w Internecie?	Piotr Guziur	05-12-2024	15:30	16:45	01:15
16 z 16 Walidacja	-	05-12-2024	16:45	17:00	00:15

## Cennik

### Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	1 832,70 PLN
Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	1 490,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	152,73 PLN
Koszt osobogodziny netto	124,17 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.  
szkolenia@marketingonline.pl  
533 233 930

## 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](mailto: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](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)

**Telefon** (+48) 533 233 930