



Mierzenie efektywności kampanii marketingowej - szkolenie

Numer usługi 2025/11/14/161607/3147366

2 656,80 PLN brutto
2 160,00 PLN netto
132,84 PLN brutto/h
108,00 PLN netto/h

Interactive

Advertising Institute
Sp. z o.o.

★★★★★ 4,6 / 5

27 ocen

📍 zdalna w czasie rzeczywistym

🏠 Usługa szkoleniowa

🕒 20 h

📅 09.03.2026 do 11.03.2026

Informacje podstawowe

Kategoria

Biznes / Marketing

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.

Usługa jest również adresowana do uczestników projektów:

- Kierunek Kariera Zawodowa,
- Kierunek – Rozwój.
- Małopolski pociąg do kariery
- oraz pozostałych projektów i osób indywidualnych

Minimalna liczba uczestników

5

Maksymalna liczba uczestników

15

Data zakończenia rekrutacji

06-03-2026

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 wiedzą z zakresu odpowiednich wskaźników do mierzenia realizacji celów kampanii marketingowych	Dobiera adekwatne metody pomiaru skuteczności kampanii w stosunku do wybranych kanałów dotarcia	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
Posługuje się umiejętnościami doboru odpowiednich wskaźników do mierzenia realizacji celów kampanii marketingowych	Posługuje się narzędziami analitycznymi i interpretuje pozyskiwane z nich dane w czasie trwania kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Szacuje skuteczność kampanii w poszczególnych mediach w oparciu o zdefiniowane parametry	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
	Analizuje efekty, proponuje wdrożenie poprawek lub zmian reklamowych w trakcie trwania kampanii	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie
kompetencje społeczne: Rozwija zdolności analityczne i strategicznego myślenia oraz umiejętności komunikacyjne w kontekście pracy zespołowej	Opracowuje wnioski na przyszłe realizacje	Test teoretyczny z wynikiem generowanym automatycznie

Kwalifikacje

Kompetencje

Usługa prowadzi do nabycia kompetencji.

Warunki uznania kompetencji

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

TAK

Pytanie 2. Czy dokument potwierdza, że walidacja została przeprowadzona w oparciu o zdefiniowane w efektach uczenia się kryteria ich weryfikacji?

TAK

Pytanie 3. Czy dokument potwierdza zastosowanie rozwiązań zapewniających rozdzielenie procesów kształcenia i szkolenia od walidacji?

TAK

Program

Dzień 1:

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

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 - **1h 30 min (praktyka)**
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 (praktyka)**
3. Modele emisji kampanii internetowych - **30 min (praktyka)**
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 (praktyka)**
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 (praktyka)**

Dzień 3:

1. Dedykowane badania kampanii internetowych - **1 h 30 min (teoria)**
2. Wskaźniki badawcze - **1 h 45 min (praktyka)**
3. Praca z briefem - **1h 05 min (praktyka)**

Walidacja test - 10 minut

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 - 100%.

Trener dostosowuje przerwy do potrzeb uczestników (max. 10 min.) przerwy nie są wliczone w harmonogram szkolenia i nie wliczają się do czasu trwania szkolenia, trener stosując przerwy odpowiednio wydłuża zajęcia.

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 - rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu	Michał Szczur	09-03-2026	10:00	11:00	01:00
2 z 22 Podstawowe rodzaje kampanii internetowych świadomość, wizerunek/ zaangażowanie, efekt - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	09-03-2026	11:00	11:30	00:30
3 z 22 Przerwa	Michał Szczur	09-03-2026	11:30	11:45	00:15
4 z 22 Podstawowe rodzaje kampanii internetowych świadomość, wizerunek/ zaangażowanie, efekt - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	09-03-2026	11:45	13:00	01:15

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
5 z 22 Kanały / rodzaje komunikacji w internecie przykłady - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	09-03-2026	13:00	13:15	00:15
6 z 22 Przerwa	Michał Szczur	09-03-2026	13:15	13:30	00:15
7 z 22 Kanały / rodzaje komunikacji w internecie przykłady - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	09-03-2026	13:30	15:00	01:30
8 z 22 Modele rozliczeniowe – za co możemy się rozliczać prowadząc kampanie w Internecie - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	10:00	11:30	01:30
9 z 22 Przerwa	Michał Szczur	10-03-2026	11:30	11:45	00:15
10 z 22 Uniwersalne wskaźniki mediowe - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	11:45	12:45	01:00

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
11 z 22 Modele emisji kampanii internetowych - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	12:45	13:15	00:30
12 z 22 Przerwa	Michał Szczur	10-03-2026	13:15	13:30	00:15
13 z 22 Dodatkowe informacje na temat wskaźników online - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	13:30	14:00	00:30
14 z 22 Wskaźniki ćwiczenia interaktywne - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	14:00	14:20	00:20
15 z 22 Źródła danych – skąd czerpać wiedzę na temat rynku reklamy internetowej? - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	10-03-2026	14:20	15:00	00:40

Przedmiot / temat zajęć	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
16 z 22 Dedykowane badania kampanii internetowych - rozmowy na żywo, chat, testy, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	11-03-2026	10:00	11:30	01:30
17 z 22 Przerwa	Michał Szczur	11-03-2026	11:30	11:45	00:15
18 z 22 Wskaźniki badawcze - rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	11-03-2026	11:45	12:45	01:00
19 z 22 Wskaźniki badawcze ćwiczenie grupowe - rozmowy na żywo, chat, współdzielenie ekranu, case study i ćwiczenia praktyczne	Michał Szczur	11-03-2026	12:45	13:30	00:45
20 z 22 Przerwa	Michał Szczur	11-03-2026	13:30	13:45	00:15
21 z 22 Ćwiczenia z briefem - praca w grupach	Michał Szczur	11-03-2026	13:45	14:50	01:05
22 z 22 Walidacja	-	11-03-2026	14:50	15:00	00:10

Cennik

Cennik

Rodzaj ceny	Cena
Koszt przypadający na 1 uczestnika brutto	2 656,80 PLN

Koszt przypadający na 1 uczestnika netto	2 160,00 PLN
Koszt osobogodziny brutto	132,84 PLN
Koszt osobogodziny netto	108,00 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. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.



2 z 2

Michał Machnikowski

Obecnie Senior Business Intelligence Manager w Mindshare. W tej roli zajmuje się projektowaniem i wdrażaniem procesów przetwarzania danych i raportowania wyników kampanii reklamowych online i offline, a także zaawansowaną analityką mediową dla wszystkich klientów Agencji. Ma na koncie ponad 10 lat doświadczenia w obszarze badań i analiz związanych ze światem mediów. Staż szkoleniowy w obszarze pomiaru efektywności kampanii to ponad 120 godzin szkoleniowych. Wykształcenie wyższe. Ostatnie 5 lat aktywnie działa w branży marketingowej.

Informacje dodatkowe

Informacje o materiałach dla uczestników usługi

Po szkoleniu uczestnicy otrzymają:

- materiały autorskie, opracowane przez trenera, udostępniane uczestnikom drogą online, w formacie pdf.
- prezentację materiałów z internetu (serwisy www, infografiki, materiały multimedialne, filmy)
- bazę wiedzy: linki do serwisów i portali
- case study (najciekawsze przykłady z doświadczenia szkoleniowca)
- linki do publikacji branżowych IAB Polska

Uczestnicy otrzymają zaświadczenie o ukończeniu szkolenia, pod warunkiem min. 100% frekwencji.

Zalecana literatura:

Leksykon IAB Polska pn. "Kluczowe wskaźniki efektywności"

Raport strategiczny IAB Polska

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/poradnik-internetowego-reklamodawcy-edycja-iv/>

<https://www.iab.org.pl/baza-wiedzy/raport-iab-polska-i-pbi-reklama-online-w-dobie-post-cookie-2/>

<https://www.iab.org.pl/kategorie/baza-wiedzy/typ-dokumentu/adex/>

Warunki uczestnictwa

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

Warunkiem uczestnictwa z dofinansowaniem 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

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.

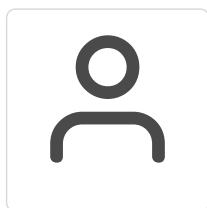
System dopasowuje się do łącza i działa na każdych dostępnych parametrach.

Wymagane kamera i mikrofon.

Podstawą do rozliczenia usługi jest wygenerowanie z systemu raportu, umożliwiającego identyfikację wszystkich uczestników oraz zastosowanego narzędzia.

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

Kontakt



Agnieszka Fabianowicz

E-mail a.fabianowicz@dimaq.eu

Telefon (+48) 515 992 599