



## Analityka z Google Analytics 4 i AI: Jak zwiększyć efektywność marketingu (forma zdalna)

Numer usługi 2026/03/23/16416/3428095

1 832,70 PLN brutto  
1 490,00 PLN netto  
152,73 PLN brutto/h  
124,17 PLN netto/h  
250,00 PLN cena rynkowa ⓘ

Marketing Online -  
Piotr Guziur

★★★★☆ 4,6 / 5

135 ocen

📄 Usługa szkoleniowa

📺 zdalna w czasie rzeczywistym

🕒 12:00 h

📅 10.06.2026 do 11.06.2026

## Informacje podstawowe

<b>Kategoria</b>	Biznes / Marketing
<b>Grupa docelowa usługi</b>	<p>Szkolenie dla osób, które:</p> <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> <p>Usługa również adresowana dla uczestników projektu Kierunek Kariera Zawodowa</p> <p>Usługa adresowana również do uczestników projektu „Kierunek – Rozwój</p>
<b>Minimalna liczba uczestników</b>	5
<b>Maksymalna liczba uczestników</b>	20
<b>Data zakończenia rekrutacji</b>	08-06-2026
<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 i wykorzystaniu AI do prowadzenia analityki działań marketingowych. Uczestnik szkolenia dowie się jak skutecznie mierzyć swoją działalność w Internecie i pozna najważniejsze raporty w Google Analytics 4. Uczestnik ułoży Measurement Plan i przeprowadzi ocenę kampanii marketingowych. 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 zna konto Google Analytics oraz profil dla strony	-Uczestnik poprawnie filtruje dane, -Uczestnik potrafi poruszać się po systemie Google Analytics	Wywiad swobodny
		Test teoretyczny
Uczestnik zna podstawowe zasady Analityki	-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	-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

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

## Analityka z Google Analytics 4 i AI

### Dzień 1 - Tworzenie strategii pomiaru i raportów w GA4 i Looker Studio

#### Moduł 1. Measurement Plan i strategia analityki w oparciu o Customer Journey

- Customer Journey i podział kampanii na etapy: Awareness, Engagement, Sales
- Tworzenie agenta AI (Custom GPT Model) do generowania opisu Customer Journey
- Plan pomiaru efektywności kampanii – Measurement Plan.
- Definiowanie mikro- i makrokonwersji oraz ich wzajemna korelacja
- Tworzenie agenta AI (Custom GPT Model) do generowania Measurement Planu
- Ćwiczenie warsztatowe: budowa własnego Measurement Planu w ramach analityki internetowej i biznesowej

#### Moduł 2. Analiza i ocena skuteczności kampanii w zakresie analityki internetowej

- Analiza efektywności kampanii reklamowych na różnych etapach ścieżki klienta
- Jak oceniać kampanie na etapach awareness, zaangażowanie i sprzedaż – różne miary efektywności.
- Ustalanie celów kampanii (liczby i wartości konwersji, ograniczenia kosztu konwersji oraz minimalny zwrot z inwestycji)
- Wskaźniki sukcesu kampanii i ich interpretacja
- Ćwiczenie warsztatowe: Ocena efektywności kampanii na podstawie danych z Google Analytics 4

#### Moduł 3. Budowanie indywidualnych raportów w GA4 i Looker Studio

- Jak budować raporty pokazujące efektywność kampanii na różnych etapach Customer Journey
- Segmentacja kampanii: Awareness, Engagement, Sales
- Budowanie indywidualnych raportów w GA4
- Tworzenie przejrzystych dashboardów i raportów w Looker Studio
- Ćwiczenie warsztatowe: Stworzenie raportu efektywności kampanii

#### Moduł 4. Tagowanie kampanii reklamowych i porządek w danych

- Jak zapewnić spójność i czystość danych w GA4
- Tagowanie kampanii: UTM, autotagowanie i synchronizacja z Google Ads
- Pomiar konwersji z kampanii Email, Facebook i innych
- Ćwiczenie warsztatowe – praktyczne tworzenie i testowanie UTM-ów

#### Moduł 5. Integracja analityki internetowej z analityką biznesową

- Łączenie danych GA4 z CRM
- Jakość leadów per źródło pozyskania lead'a oraz kanał kontaktu
- Synchronizacja przychodów w GA4 ze sprzedażą e-commerce
- Ćwiczenie warsztatowe – analiza i wyliczenie wartości leadów z różnych kampanii reklamowych

#### Moduł 6. Monitorowanie efektywności SEO, GEO (AI SEO) i Bloga

- Jak oceniać efektywność działań SEO w GA4
- Integracja z Google Search Console – analiza słów kluczowych i zapytań
- Analiza ruchu z AI – Generative Engine Optimization
- Ocena skuteczności Bloga, jego sekcji i konkretnych artykułów
- Ćwiczenie warsztatowe – Ocena efektywności SEO i Bloga

### Dzień 2 - Automatyzacja, AI i prognozowanie sprzedaży dla różnych poziomów budżetu reklamowego

#### Moduł 1. Automatyzacja analityki i kontrola celów kampanii

- Jak zautomatyzować raportowanie i analizę realizacji celów kampanii z użyciem make.com lub n8n oraz AI (modeli LLM).
- Wykrywanie nieefektywnych kampanii i obszarów marnotrawstwa budżetu
- Automatyzacja alertów i raportów w oparciu o dane z GA4, Google Ads, Meta Ads
- Ćwiczenie warsztatowe – budowa automatyzacji do analizy wyników kampanii i Alertów o niskiej efektywności

#### Moduł 2. Statystyczne wnioskowanie z danych

- Jak nie popełniać błędów przy analizie danych

- Błąd statystyczny i jego wpływ na interpretację konwersji
- Jak stosować mikro-konwersje, aby szybciej i skuteczniej wyciągać wnioski o efektywności kampanii
- Ćwiczenie warsztatowe: Wnioskowanie z danych statystycznych dotyczących współczynników konwersji i ROAS w kampaniach

### Moduł 3. Estymacje liczby i wartości konwersji dla różnych poziomów budżetu kampanii

- Budowanie modeli zależności pomiędzy budżetem a efektem marketingowym
- Wykorzystanie AI w tworzeniu modelu predykcyjnego dla poszczególnych kampanii
- Optymalny Media-Mix – algorytmy wyliczania optymalnego podziału budżetu na media i kampanie reklamowe
- Prognozowanie efektów całkowitych ze wszystkich prowadzonych kampanii reklamowych

### Moduł 4. Atrybucja konwersji i multiscreen

- Konwersje wielokanałowe i modele atrybucji w GA4
- Różnice między modelami (Data Driven, Last Click, Linear)
- Multiscreen i Google Signals – śledzenie użytkowników na wielu urządzeniach
- Efekt halo w kampaniach i ruchu Direct i Organic
- Ćwiczenie warsztatowe – Prognozowanie całkowitych wyników sprzedaży e-commerce w GA4 w zależności od budżetu reklamowego
- Ćwiczenie warsztatowe: Użycie algorytmów predykcyjnych i modelu ekonometrycznego do określenia liczby leadów B2B oraz całkowitej sprzedaży zmierzonej w CRM w zależności od budżetu reklamowego

### Podsumowanie i zakończenie szkolenia

#### Co zyskasz:

Umiejętność tworzenia Measurement Planu i strategii pomiaru efektywności marketingu.

Ocena skuteczności na każdym etapie Customer Journey + dobór właściwych KPI.

Tworzenie przejrzystych dashboardów i raportów w Looker Studio pokazujących wpływ działań na sprzedaż.

Łączenie danych GA4 z Google Ads, Meta Ads, CRM i e-commerce – pełny obraz efektywności.

Praca z mikro- i makrokonwersjami, przydatna także przy małych wolumenach danych.

Automatyzacja analizy i raportowania (Make.com, n8n) oraz wykorzystanie AI/LLM w praktyce.

Zasady statystycznego wnioskowania i świadomej interpretacji błędów w danych.

Prognozowanie ROI i sprzedaży dla różnych poziomów budżetu + decyzje o podziale środków.

Praktyczne wykorzystanie AI w analityce, raportowaniu i planowaniu – od promptów po modele.

Nowe, „data-driven” spojrzenie na marketing i budżety.

#### 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

Czas trwania usługi liczony jest w godzinach zegarowych, gdzie jedna godzina zajęć odpowiada 60 minutom.

## Harmonogram

Liczba pozycji harmonogramu: 17

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>1 z 17</b> Measurement Plan i strategia analityki w oparciu o Customer Journey	Piotr Guziur	10-06-2026	09:30	10:30	01:00
<b>2 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	10-06-2026	10:30	10:45	00:15
<b>3 z 17</b> Analiza i ocena skuteczności kampanii w zakresie analityki internetowej	Piotr Guziur	10-06-2026	10:45	11:45	01:00
<b>4 z 17</b> Budowanie indywidualnych raportów w GA4 i Looker Studio	Piotr Guziur	10-06-2026	11:45	12:45	01:00
<b>5 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	10-06-2026	12:45	13:45	01:00
<b>6 z 17</b> Tagowanie kampanii reklamowych i porządek w danych	Piotr Guziur	10-06-2026	13:45	14:45	01:00
<b>7 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	10-06-2026	14:45	15:00	00:15
<b>8 z 17</b> Integracja analityki internetowej z analityką biznesową	Piotr Guziur	10-06-2026	15:00	16:00	01:00
<b>9 z 17</b> Monitorowanie efektywności SEO, GEO (AI SEO) i Bloga	Piotr Guziur	10-06-2026	16:00	17:00	01:00
<b>10 z 17</b> Automatyzacja analityki i kontrola celów kampanii	Piotr Guziur	11-06-2026	09:30	11:00	01:30
<b>11 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	11-06-2026	11:00	11:15	00:15

Przedmiot / temat	Prowadzący	Data realizacji zajęć	Godzina rozpoczęcia	Godzina zakończenia	Liczba godzin
<b>12 z 17</b> Statystyczne wnioskowanie z danych	Piotr Guziur	11-06-2026	11:15	12:45	01:30
<b>13 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	11-06-2026	12:45	13:45	01:00
<b>14 z 17</b> Estymacje liczby i wartości konwersji dla różnych poziomów budżetu kampanii	Piotr Guziur	11-06-2026	13:45	15:15	01:30
<b>15 z 17</b> Przerwa	Piotr Guziur	11-06-2026	15:15	15:30	00:15
<b>16 z 17</b> Atrybucja konwersji i multiscreen	Piotr Guziur	11-06-2026	15:30	16:45	01:15
<b>17 z 17</b> Walidacja	-	11-06-2026	16:45	17:00	00:15

## Cennik

Jeżeli korzystasz z dofinansowania w wysokości co najmniej 70% przysługuje Tobie zwolnienie z podatku VAT

### 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.

Trenerzy prowadzący usługę posiadają niezbędne kwalifikacje merytoryczne i dydaktyczne oraz udokumentowane doświadczenie w realizacji podobnych usług rozwojowych.

Udokumentowane doświadczenie i kwalifikacje trenera zostały zdobyte nie wcześniej niż 5 lat przed datą wprowadzenia szczegółowych danych dotyczących oferowanej usługi rozwojowej do Bazy Usług Rozwojowych (BUR). Zapewnia to aktualność wiedzy i umiejętności przekazywanych uczestnikom.

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

Usługa rozwojowa może korzystać ze zwolnienia z podatku od towarów i usług (VAT) na podstawie jednej z poniższych regulacji:

- Zwolnienie Pełne (Art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c Ustawy o VAT):
  - Usługa zwolniona z VAT w całości zgodnie z treścią art. 43 ust. 1 pkt 29 lit. c ustawy z dnia 11 marca 2004 r. o podatku od towarów i usług (t. j. Dz.U. 2021 r., poz. 685 z późn. zm.).

Zwolnienie Częściowe/Finansowane (Rozporządzenie MF):

- Usługa zwolniona z VAT w co najmniej 70% zgodnie z treścią § 3 ust. 1 pkt 14 Rozporządzenia Ministra Finansów z dnia 20 grudnia 2013 r. w sprawie zwolnień od podatku od towarów i usług oraz warunków stosowania tych zwolnień (Dz. U. z 2013 r. poz. 1722 ze zm.).

## Informacje dodatkowe

Szkolenie prowadzone na żywo, w czasie rzeczywistym.

Szkolenie prowadzone jest w wymiarze - 20% teoretycznym, 80% praktycznym.

Warunkiem koniecznym do ukończenia usługi rozwojowej i otrzymania stosownych dokumentów (certyfikatu/zaświadczenia) jest uczestnictwo w **minimum 80% łącznego czasu trwania zajęć** (dotyczy zarówno części teoretycznej, jak i praktycznej).

Frekwencja potwierdzana jest na podstawie **raportu z logowań** generowanego przez platformę szkoleniową, ze szczególnym uwzględnieniem czasu aktywnej obecności uczestnika w wirtualnej sali szkoleniowej.

Dostęp do prezentacji oraz innych materiałów online.

Zawarto umowę z WUP Kraków w ramach projektu Kierunek Kariera Zawodowa

Zawarto umowę z WUP w Toruniu w ramach projektu Kierunek – Rozwój

**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.**

## 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

Uczestnik zobowiązany jest do posiadania i aktywnego korzystania ze sprawnego sprzętu umożliwiającego udział w szkoleniu, w tym w szczególności: **komputera/laptopa, stabilnego połączenia internetowego, kamery oraz głośnika/zestawu słuchawkowego** (wymóg posiadania kamery i głośnika jest niezbędny do interaktywnej pracy oraz weryfikacji tożsamości uczestnika).

## Kontakt



**Paulina Wilk**

**E-mail** [szkolenia@marketingonline.pl](mailto:szkolenia@marketingonline.pl)

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