

Kampanie online – podstawy Google Ads i Google Analytics (szkolenie podstawowe)

24 marca 2021 r., godz. 10:00-13:00

Agenda

1. Wprowadzenie
2. Google Ads:
 - Dlaczego Google Ads?
 - Typy kampanii
 - Sieć wyszukiwania
 - Sieć reklamowa
 - Wideo
 - Produktowa
 - Promocja aplikacji
 - Kampania inteligentna
 - Kampania lokalna
 - Kampania Discovery
3. Google Analytics:
 - Po co Google Analytics?
 - Raport źródło/medium
 - UTM-y – dlaczego są ważne?
 - Listy odbiorców
 - Cele – ustawienie
 - Konwersje – raport
 - Konwersje wspomagane – raport
 - E-commerce - raport

Kampanie online – dobre praktyki i ciekawostki o Google Ads i Google Analytics (szkolenie zaawansowane)

25 marca 2021 r., godz. 10:00-13:00

Agenda

1. Wprowadzenie
2. Google Ads:
 - Dobre praktyki
 - Skuteczne teksty reklamowe
 - Rodzaje typów dopasowań słów kluczowych
 - Możliwości optymalizacji
 - Dostosowanie stawek
 - Google Tag Remarketing
 - Atrybucja
 - Grupy kampanii (wspólne budżety i wspólne stawki)
 - Etykiety
 - Ustawianie reguł
3. Google Analytics:
 - Dobre praktyki
 - Średni czas trwania sesji – jak jest liczony?
 - Mierzenie niestandardowych celów
 - Filtry
 - Wykluczanie witryn odsyłających

Osoby prowadzące



Marta Żukowska-Stochmal - Senior SEM/PPC Specialist

W Fabryce Marketingu od 2017 roku. Specjalizuje się w kampaniach SEM, kampaniach w mediach społecznościowych (Facebook, LinkedIn, Twitter) oraz projektach analityki internetowej. Prowadzi szkolenia dla klientów i innych agencji. Magister Informatyki. Posiada wszystkie certyfikaty Google z reklam w wyszukiwarce, sieci reklamowej, produktów, urządzeń mobilnych, wideo i reklam GAIQ (kwalifikacja indywidualna Google Analytics). Prowadziła najbardziej złożone kampanie w agencji dla: Eveline, Rak'n'Roll, YOPE, PLNY Lala, Time Trend oraz Coloplast na wielu rynkach zagranicznych.



Patryk Goławski – SEM/PPC Specialist

W Fabryce Marketingu pracuje w dziale Media, na stanowisku SEM/PPC Specialist. Posiada doświadczenie w tworzeniu i prowadzeniu kampanii reklamowych Google Ads, Facebook Ads, LinkedIn Ads. Współtworzy strategie działań marketingowych, robiąc oferty, mediaplany i estymacje. Realizuje kampanie płatne oraz zajmuje się analityką.