

# Zaawansowane szkolenie Google AdWords

## Zakres tematyczny

### I. Użytkownicy wyszukiwarek

- **Sposoby zachowań użytkowników wyszukiwarki**
- **Działania marketingowe w wyszukiwarkach a zachowania użytkowników**
  1. Badania dotyczące używania wyszukiwarki
  2. Badania dotyczące używania linków sponsorowanych
- **Narzędzia badawcze trendów i prognozowania zachowań użytkowników**
  1. Google Trends
  2. Google Insight for search

### II. Zaawansowane aspekty zarządzania kampanią AdWords

- **ROI i wartość życiowa klienta – pryzmat każdej optymalizacji**
- **Optymalizacja struktury konta**
  1. Wybór odpowiedniej struktury na potrzeby kampanii
  2. Tworzenie kampanii ze względu na cel kampanii
  3. Przykłady tworzenia kampanii według celu
- **Zaawansowane zarządzanie i optymalizacja listy słów kluczowych**
  1. Analiza słów kluczowych – Wynik jakości, CTR, CR, raporty
  2. Identyfikacja rodzaju słów kluczowych
  3. Techniki optymalizacji listy słów kluczowych
- **Tworzenie efektywnych przekazów reklamowych**
  1. Zasady dobrego przekazu
  2. Sposoby przekazu reklamowego
  3. Testowanie przekazów reklamowych – techniki i zasady
- **Zaawansowane ustawienia kampanii**
- **Zarządzanie stawkami w Google AdWords**
  1. Harmonogram wyświetlania reklam
  2. Reklama w mapach Google krok po kroku
- **Wynik Jakości – Dogłębna analiza**
- **Zasady tworzenia efektywnych stron docelowych**
  1. Błędy w wyborze stron docelowych
  2. Podstawowe zasady budowy dobrej strony docelowej

3. Wybieramy najlepszą stronę docelową
4. Zasady testowania stron docelowych z wykorzystaniem Optymalizatora Witryny

### III. Zaawansowane aspekty kampanii skierowanej na sieć partnerską

- **Różnice w sieciach Google**
- **Wynik jakości w sieci partnerskiej**
- **Rodzaje reklam w sieci partnerskiej**
- **Tworzenie kampanii na sieci partnerską**
  1. Na strony docelowe
  2. Na słowa kluczowe
  3. Kampania mieszana
- **Aukcja w sieci partnerskiej**
- **Rodzaje rozliczeń w sieci partnerskiej**
- **Tworzenie kampanii graficznych**
- **Dobre zasady tworzenia kampanii na sieci partnerską**
- **Strategia prowadzenia kampanii na sieć partnerską**

### IV. Wykorzystanie Google Analytics w optymalizacji kampanii AdWords

- **Zakładanie konta GA**
- **Integracja konta z AdWords – krok po kroku**
- **Podłączanie i odłączanie kont**
- **Implementacja kodu Google Analytics – kilka ważnych aspektów**
- **Podstawowe wskaźniki w analityce internetowej**
- **Przegląd funkcji**
- **Omówienie raportów i ich wykorzystania w praktyce**
- **Raporty i segmenty niestandardowe**
- **Zakładanie pierwszego celu i filtru**
- **Dostęp dla szefa – czyli dodawanie użytkowników**

### V. V. Edytor AdWords – niezbędne narzędzie AdWords

- **Zalety AdWords edytora**
- **Podstawowe funkcje i zalety**
- **Wykorzystanie edytora w praktyce**
- **Zarządzanie i rozwijanie dużej kampanii za pomocą Edytora i Excela**
  1. Przyspieszenia i ułatwienie zarządzania za pomocą Excela
  2. Najlepsze funkcje Excela w Google AdWords
  3. Przykład wykorzystania
  4. Ciekawostki i co dalej?

## VI. Zarządzanie wieloma kontami – Moje Centrum klienta

- Dla kogo jest MCK?
- Funkcje i zalety MCK
- Jak założyć MCK?

## VII. Program GAP – zostań specjalistą

- Jak zostać specjalistą od reklamy w Google
- Przejdź na zawodowstwo – wymagania
- Jak wykorzystać GAPa w swojej karierze zawodowej

## Informacje dodatkowe

Wszelkie informacje dotyczące aktualnych terminów oraz szczegóły dotyczące lokalizacji szkolenia znajdują się na stronie [www.MarketingNET.pl](http://www.MarketingNET.pl)

W razie pytań lub wątpliwości prosimy o kontakt na adres [szkolenia@marketingNET.pl](mailto:szkolenia@marketingNET.pl) lub telefonicznie na numer 504 162 304