

Agenda szkolenia Google Ads

DZIEŃ 1 – BASIC

1. Promocja witryny w Internecie

- Wprowadzenie do reklamy internetowej
- Rynek reklamy internetowej w Polsce i na świecie
- Psychologia wyszukiwania użytkowników - wyszukiwarka a Twoi klienci
- Zasięg Google Ads – rodzaje kampanii Google Ads
- Podstawowe pojęcia i zasady działania Google Ads

2. Konfiguracja i zarządzanie Google Ads w praktyce

- Zakładanie konta Google Ads(ćwiczenia)
- Konfiguracja i rodzaje płatności za reklamę Google Ads(ćwiczenia)
- Nawigacja po koncie Google Ads (ćwiczenia)

3. Planowanie i budowa efektywnej kampanii w wyszukiwarce Google

- Organizacja i struktura konta reklamowego
- Tworzenia pierwszej kampanii w wyszukiwarce (ćwiczenia)
- Podstawowe ustawienia kampanii (ćwiczenia)
- Planowanie i opracowanie listy słów kluczowych (ćwiczenia)
- Tworzenie tekstów reklamowych (ćwiczenia)
- Tworzenie rozszerzeń reklamowych (ćwiczenia)
- Wynik jakości (Quality Score)

4. Sieć reklamowa Google

- Istota sieci reklamowej – Google Display Network
- Rodzaje płatności i dostępne formaty reklam GDN
- Możliwości kierowanie w sieci reklamowej Google (ćwiczenia)
- Tworzenie reklamy graficznej bez grafika (ćwiczenia)

5. Śledzenie rezultatów i optymalne budżetowanie

- Omówienie rodzajów konwersji
- Konfiguracja konwersji na koncie reklamowym (ćwiczenie)
- Tworzenie raportu menedżerskiego oceniającego efektywność kampanii (ćwiczenie)
- Budżetowanie konta proporcjonalnie do efektywności kampanii (ćwiczenie)

DZIEŃ 2 – PROFESSIONAL

1. Planowanie lejka zakupowego

- Proces decyzji zakupowych
- Stworzenie lejka zakupowego (ćwiczenie)
- Omówienie modelu atrybucji

2. Optymalizacja i poprawa skuteczności Google Ads

- Optymalizacja struktury konta reklamowego zgodnie ze strategią
- Badanie konkurencji i poprawa widoczności promowanej oferty
- Badanie popytu i rentowności słów kluczowych
- Metody optymalizacji wyniku jakości Quality Score
- Optymalizacja reklam i typów rozszerzenia reklam
- Optymalizacja strony docelowej kampanii

3. Remarketing

- Istota remarketingu i budowa list odbiorców (ćwiczenia)
- Remarketing w sieci reklamowej
- Remarketing w wyszukiwarcie (RLSA)
- Optymalizacja kampanii remarketingowych

4. Kampanie produktowe (Product Listing Ads)

- Feed produktowy i tworzenie kampanii PLA
- Zarządzanie kampanią produktową
- Optymalizacja kampanii PLA

5. Kampanie YouTube

- Potencjał reklamy video w YouTube
- Możliwości kierowania kampanii
- Tworzenie i optymalizacja kampanii

6. “Nowe” typy kampanii w Google Ads

- Kampanie typu Discovery - istota, tworzenie, optymalizacja
- Kampania typu DSA - jak to działa, konfiguracja i optymalizacja
- Kampanie typu Performance Max - możliwości, tworzenie kampanii, optymalizacja

7. Automatyzacja i wspomaganie pracy z Google Adwords

- Editor Google Ads
- Reguły automatyczne, przyspieszające pracę
- Wykorzystanie skryptów na koncie Google
- Wykorzystanie sztucznej inteligencji AI w Google Ads