



PROGRAM SZKOLENIA

Temat szkolenia: Google Analytics 4 – analiza danych i optymalizacja działań marketingowych

CELE SZKOLENIA

Poziom wiedzy

1. Uczestnicy zrozumieją funkcje i narzędzia Google Analytics 4, w tym konfigurację konta i instalację kodu śledzenia.
2. Uczestnicy poznają znaczenie kluczowych metryk i raportów w analizie danych.
3. Uczestnicy zapoznają się z zaawansowanymi technikami analizy, takimi jak segmentacja danych, tworzenie celów i śledzenie konwersji..

Poziom umiejętności

1. Uczestnicy będą potrafili samodzielnie konfigurować Google Analytics 4 i analizować dane.
2. Uczestnicy nauczą się interpretować kluczowe wskaźniki oraz dostosowywać raporty do potrzeb organizacji.
3. Uczestnicy rozwiną umiejętność optymalizacji działań marketingowych na podstawie danych analitycznych.

Poziom kompetencji społecznych (postaw)

1. Uczestnicy będą gotowi do współpracy w zespołach przy analizie danych i wdrażaniu wniosków.
2. Uczestnicy zdobędą umiejętność przedstawiania wyników analizy w sposób zrozumiały dla interesariuszy.

Poziom narzędzi

1. Uczestnicy zdobędą umiejętności stosowania narzędzi do monitorowania i analizy ruchu internetowego w Google Analytics 4 (GA4).
2. Uczestnicy zapoznają się z narzędziami do diagnozowania efektywności kampanii marketingowych oraz analizowania ścieżek użytkowników.
3. Uczestnicy będą w stanie korzystać z funkcji umożliwiających optymalizację działań marketingowych i poprawę doświadczenia użytkownika.
4. Uczestnicy zdobędą umiejętności prezentacji danych w zrozumiały sposób.
5. Uczestnicy nauczą się korzystać z zaawansowanych funkcji GA4 wspierających proces podejmowania decyzji biznesowych.





SCENARIUSZ SZKOLENIA Z HARMONOGRAMEM

DZIEŃ 1 Podstawy Google Analytics 4

Czas	Zakres merytoryczny	Cele z modułu/ ćwiczenia/ wnioski	Nazwa i Opis ćwiczenia	Metody/ Narzędzia
09:00 - 10:30	1. Wprowadzenie do analityki internetowej: definicja, znaczenie, rola Google Analytics. 2. Konfiguracja konta GA4: tworzenie konta, instalacja kodu śledzenia, podstawowe ustawienia.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Konfigurowanie nowego konta GA4 dla przykładowej witryny internetowej, w tym instalacja kodu śledzenia oraz ustawienie podstawowych parametrów.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
10:30 - 10:45	Przerwa kawowa			
10:45 - 12:15	3. Interfejs Google Analytics 4: funkcje, kluczowe raporty, zrozumienie metryk.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Analizowanie raportów w GA4, takich jak źródła ruchu, liczba odwiedzin oraz czas spędzony na stronie, w celu zrozumienia podstawowych metryk.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
12:15 - 12:45	Przerwa obiadowa			
12:45 - 14:15	4. Podstawowe metryki i analiza danych: liczba odwiedzin, źródła ruchu, czas spędzony na stronie.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Tworzenie segmentów użytkowników w GA4 na podstawie danych demograficznych, zachowań użytkowników i źródeł ruchu.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
14:15 - 14:30	Przerwa kawowa			





14:30 - 16:00	5. Zaawansowane metryki i śledzenie konwersji: cele, ścieżki konwersji, podstawowe analizy.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Definiowanie celów w GA4 oraz monitorowanie ścieżek konwersji na podstawie przykładowego scenariusza biznesowego.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
DZIEŃ 2 Zaawansowana analiza i optymalizacja				
Czas	Zakres merytoryczny	Cele z modułu/ćwiczenia/wnioski	Nazwa i Opis ćwiczenia	Metody/Narzędzia
09:00 - 10:30	1. Segmentacja danych: tworzenie, zastosowanie segmentów w analizie ruchu.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Opracowywanie niestandardowych raportów w GA4, uwzględniających indywidualne wymiary i metryki. Dostosowywanie raportów do potrzeb organizacji.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
10:30 - 10:45	<i>Przerwa kawowa</i>			
10:45 - 12:15	2. Kampanie marketingowe: analiza efektywności, tagowanie kampanii, Campaign Builder.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Tagowanie kampanii w Campaign Builder oraz analizowanie wyników kampanii Google Ads w GA4, z naciskiem na oceny efektywności.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4.
12:15 - 12:45	<i>Przerwa obiadowa</i>			



12:45 - 14:15	3. Raporty niestandardowe i optymalizacja: tworzenie raportów, wymiary i metryki niestandardowe.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Przeprowadza nie testu A/B przy wykorzystaniu danych analitycznych w celu optymalizacji działań marketingowych i poprawy wyników.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4
14:15 - 14:30	<i>Przerwa kawowa</i>			
14:30 - 16:00	4. Testy A/B, optymalizacja konwersji, Mobile Analytics, praktyczne ćwiczenia i case study.	Prezentacje, ćwiczenia grupowe i indywidualne, dyskusje	Tworzenie raportu analitycznego z uwzględnieniem kluczowych wniosków i rekomendacji oraz prezentowanie wyników w sposób dostosowany do potrzeb decydentów.	Komputer PC z dostępem do Internetu, konto Google, dostęp do panelu Google Analytics 4 oraz Looker Studio.

Efekty uczenia się na poziomie wiedzy, umiejętności i kompetencji społecznych (postaw)

- Opisuje znaczenie zmian społecznych i gospodarczych (na poziomie Polski i świata) i ich wpływ na procesy zarządzania kapitałem ludzkim.
- Identyfikuje i opisuje nowe trendy w obszarze HR / zarządzania kapitałem ludzkim wynikające z sytuacji na rynku pracy oraz ich wpływ na wyzwania i politykę personalną własnej firmy.
- Monitoruje działania, programy HR, które wdrażają najczęściej firmy z jego/jej branży. Wskazuje zarówno korzyści jak i ograniczenia oraz zagrożenia związane z tymi rozwiązaniami.
- Sporządza wnioski z analizy dobrych praktyk HR innych organizacji i wykorzystuje je w planowanych u siebie wdrożeniach.
- Opracowuje innowacyjne rozwiązania w obszarze polityki personalnej własnej firmy i sprawnie włącza w ich realizację wszystkie grupy pracowników, których te zmiany dotyczą.
- Wspiera u pracowników budowanie nowych postaw i zachowań adekwatnych do zmieniającej się sytuacji i wymogów firmy.
- Ocenia gotowość przedsiębiorstwa i pracowników do przeprowadzenia zmian.
- Inicjuje i wdraża w organizacji zmiany związane z wykorzystaniem innowacyjnych rozwiązań i procesów HR.





- Diagnozuje potrzeby różnych interesariuszy i zróżnicowanych grup pracowniczych (z uwzględnieniem m.in. płci, wieku, pochodzenia etnicznego i poglądów) i przygotowuje dla nich odpowiednie programy HR ukierunkowane nie tylko na zaspokojenie tych potrzeb, lecz także na pełną integrację pracowników w ramach organizacji.
- Identyfikuje źródła (np. obawy pracowników przed utratą pracy, niedopasowaniem kompetencji itp.) i sprawnie eliminuje przejawy oporu przed zmianami.
- Identyfikuje potrzeby, obawy i oczekiwania różnych grup interesariuszy (m.in.: kadra zarządzająca i menedżerska, przedstawiciele grup społecznych, kulturowych oraz wiekowych) w stosunku do procesów zmian związanych z wdrażaniem nowych rozwiązań HR. Omawia je na bieżąco i uwzględnia w swoich działaniach.
- Odpowiednio do potrzeb różnych grup interesariuszy objaśnia działania związane z wdrażaniem nowych rozwiązań HR.
- Kształtuje wśród współpracowników pozytywne nastawienie do zmian.

Informacje dodatkowe – metody szkoleniowe:

Szkolenie realizowane metodami interaktywnymi i aktywizującymi tj. symulacje, case study, scenki treningowe, ćwiczenia grupowe i indywidualne, gry i filmy szkoleniowe, dyskusje, analizy doświadczeń uczestników, dzięki czemu zdobędą wiedzę oraz rozwiną umiejętności, postawy i zachowania.



Projekt: „Future Skills - szkolenia dla dorosłych w erze cyfrowej”
realizowany w ramach Programu Fundusze Europejskie dla Rozwoju Społecznego

Akademia WIT w Warszawie
Certes Sp. z o.o.
Polska Izba Opakowań

Newelska 6, 01-447 Warszawa
Hafciarska 11, 04-704 Warszawa
ul. Konstancińska 11, 02-942 Warszawa

22 3486 570

skills@wit.edu.pl