

kod szkolenia: DM-PERF / KAM_1d

E-commerce - Kampanie od A do Z

E-commerce to jedna z najszybciej rozwijających się branż, w której skuteczność kampanii marketingowych decyduje o sukcesie. Jednak dzisiejszy ekosystem reklamowy jest pełen wyzwań – dane są rozproszone, regulacje prywatności ograniczają dostęp do informacji, a systemy analityczne nie pokazują pełnego obrazu. Platformy reklamowe rywalizują o budżety, zawyżając swoje wyniki, co sprawia, że klasyczne metody analizy konwersji przestają działać.

Jak więc skutecznie prowadzić kampanie e-commerce w świecie, gdzie 1+1 nie równa się 2? Jak analizować wyniki, kiedy Google Analytics nie oddaje rzeczywistości, a raporty różnych systemów wzajemnie się wykluczają?

Szkolenie "E-commerce - Kampanie od A do Z" to kompleksowy przewodnik po skutecznych strategiach marketingowych w e-commerce, które pozwalają maksymalizować sprzedaż i zwrot z inwestycji mimo niepełnych danych. Uczestnicy dowiedzą się, jak planować i optymalizować kampanie w Google Ads, Meta Ads, i innych kanałach, jak analizować wyniki oraz jak unikać pułapek związanych z błędnymi raportami. Szkolenie łączy teorię z praktycznymi case studies, dzięki czemu uczestnicy od razu mogą wdrożyć zdobytą wiedzę.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie przeznaczone dla: specjalistów e-commerce, digital marketingu i performance marketingu, osób odpowiedzialnych za zarządzanie budżetami reklamowymi, właścicieli sklepów internetowych, którzy chcą lepiej rozumieć skuteczność swoich działań, specjalistów marketingu nadzorujących pracę agencji marketingowych.



Korzyści

- Zrozumienie, jak naprawdę działają systemy reklamowe i dlaczego ich raporty mogą być mylące
- Taktyki reklamowe dla E-commerce w Google Ads i Meta Ads
- Umiejętność podstawowej optymalizacji kampanii w Google Ads, Meta Ads i innych kanałach digitalowych
- Wiedza na temat narzędzi do analizy i interpretacji efektywności kampanii
- Świadomość, jak wyciągać trafne wnioski w świecie zniekształconych statystyk



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do marketingu e-commerce

- ↳ Kluczowe wyzwania i trendy.
- ↳ Cykl życia klienta i ścieżka zakupowa.
- ↳ Wybór odpowiednich narzędzi marketingowych.
- ↳ Jak radzić sobie z ograniczeniami w raportowaniu i analizie danych?

2. Google Ads w e-commerce

- ↳ Struktura konta i kluczowe ustawienia.
- ↳ Kampanie produktowe, tekstowe, wideo i display.
- ↳ Optymalizacja kampanii produktowych.
- ↳ Jak interpretować wyniki i unikać błędnych wniosków?

3. Meta Ads (Facebook i Instagram)

- ↳ Cele reklamowe i kampanie inteligentne
- ↳ Reklamy dynamiczne i ich wykorzystanie w e-commerce.
- ↳ Optymalizacja budżetów i analiza wyników.
- ↳ Strategie targetowania i formaty reklamowe.

4. E-mail marketing i marketing automation

- ↳ Strategie e-mail marketingu dla e-commerce.
- ↳ Automatyzacja sprzedaży – narzędzia i techniki.
- ↳ Personalizacja i segmentacja baz danych.

5. Analityka i optymalizacja kampanii

- ↳ Kluczowe KPI i jak je analizować mimo niepełnych danych.
- ↳ Google Analytics 4 – interpretacja raportów w rzeczywistości ograniczonego śledzenia.
- ↳ Testy A/B i strategie iteracyjnej optymalizacji.

6. Case studies i Q&A

- ↳ Analiza przykładów kampanii.
- ↳ Sesja pytań i odpowiedzi.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie.

Mile widziana podstawowa znajomość platform reklamowych i analitycznych (Google Ads, Meta Ads, Google Analytics 4).



Czas trwania

1 dni / 6 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski