

Podstawy Google Tag Managera (GTM)

Google Tag Manager (GTM) to jedno z kluczowych narzędzi do zarządzania tagami na stronie internetowej, umożliwiające szybkie i efektywne wdrażanie kodów śledzących bez konieczności ingerencji w kod strony. Celem szkolenia jest wprowadzenie uczestników w podstawy GTM – od zrozumienia jego struktury i nawigacji po pierwsze wdrożenia tagów, reguł i zmiennych. Uczestnicy nauczą się konfigurować kontener, dodawać tagi (np. Google Analytics 4 czy Google Ads), tworzyć reguły uruchamiania oraz testować poprawność implementacji. Szkolenie łączy teorię z praktycznymi ćwiczeniami, dzięki czemu uczestnicy będą mogli natychmiast zastosować zdobytą wiedzę w swoich projektach.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie jest skierowane do osób, które chcą rozpocząć pracę z Google Tag Managerem i nauczyć się podstawowego zarządzania tagami na stronie.

Szkolenie może zainteresować osoby pracujące w działach ecommerce oraz performance, szczególnie na stanowiskach specjalistycznych. W szczególności polecane dla specjalistów PPC oraz osób rozpoczynających pracę na stanowiskach analitycznych.



Korzyści

- Uczestnicy nauczą się samodzielnie konfigurować Google Tag Managera
- Uczestnicy będą potrafili dodawać i konfigurować podstawowe tagi, takie jak Google Analytics 4, Google Ads czy Facebook Pixel
- Uczestnicy zdobędą umiejętność tworzenia reguł uruchamiania tagów na podstawie różnych zdarzeń, takich jak wyświetlenie strony, kliknięcie w link

- Uczestnicy poznają zasady testowania i debugowania wdrożonych tagów przy użyciu trybu podglądu GTM



Program szkolenia

1. Wprowadzenie do Google Tag Managera
 - Czym jest Google Tag Manager i do czego służy?
 - Zalety korzystania z GTM – dlaczego warto go używać?
 - Struktura GTM: kontener, tagi, reguły i zmienne
2. Pierwsze kroki – interfejs i podstawowa konfiguracja
 - Omówienie panelu GTM – nawigacja i kluczowe funkcje
 - Zakładanie konta i dodawanie kontenera do strony
 - Publikacja pierwszych zmian – tryb podglądu i debugowania
3. Tworzenie pierwszego tagu i reguły uruchamiania
 - Jak działają tagi i reguły w GTM?
 - Dodanie pierwszego tagu (np. Google Analytics 4 lub Google Ads)
 - Tworzenie reguły wyzwalającej tag (np. Pageview, kliknięcie w link)
 - Testowanie poprawności wdrożenia
4. Podstawowe zmienne i ich zastosowanie
 - Rodzaje zmiennych w GTM
 - Użycie zmiennych do dynamicznego śledzenia danych
 - Praktyczny przykład – dynamiczne śledzenie kliknięć w przyciski



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

- Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników
- Mile widziana podstawowa wiedza na temat zdarzeń w systemach reklamowych Google Ads, Meta Ads
- Mile widziana podstawowa wiedza na temat zdarzeń w Google Analytics 4



Czas trwania

1 dni / 4 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski