

Reklama Google Ads - poziom zaawansowany

Szkolenie przeznaczone jest dla osób, które posiadają już podstawową wiedzę i doświadczenie w pracy z Google Ads i chcą pogłębić swoje umiejętności w zakresie zaawansowanych funkcji platformy. Uczestnicy dowiedzą się, jak skutecznie projektować i prowadzić różnorodne typy kampanii, dostosowane do specyficznych celów biznesowych i branż, a także jak optymalizować działania na podstawie zaawansowanych analiz.

W ramach szkolenia omawiane będą inteligentne kampanie, kampanie wideo, Discovery oraz Performance Max. Uczestnicy zgłębią także techniki projektowania lejków zakupowych i tworzenia media planów, umożliwiające strategiczne planowanie działań reklamowych oraz estymację wyników kampanii.

Szkolenie łączy teorię z warsztatami praktycznymi, pozwalając uczestnikom nie tylko przyswoić zaawansowaną wiedzę, ale również wypracować konkretne strategie i narzędzia, które można zastosować w codziennej pracy.



Odbiorcy szkolenia

Szkolenie dedykowane jest dla zespołów marketingowych, specjalistów PPC, analityków oraz osób zajmujących się planowaniem i realizacją zaawansowanych kampanii reklamowych w Google Ads.



Korzyści

- Poznanie zaawansowanych typów kampanii i ich zastosowań.
- Umiejętność projektowania lejków zakupowych dostosowanych do różnych branż.

- Zrozumienie strategii promocji opartej na modelach hierarchii reakcji (np. AIDA).
- Nauka tworzenia media planów i szacowania wyników działań reklamowych.
- Zdolność do efektywnego wykorzystania reklam dynamicznych i inteligentnych kampanii.
- Praktyczne doświadczenie dzięki warsztatom projektowania kampanii i planowania mediów.
- Rozwinięcie umiejętności strategicznego myślenia w reklamie online.



Program szkolenia

Moduł I Kampanie inteligentne:

- Kampanie Inteligentne i różnica w analizie efektywności.
- Kampanie Performance Max.
- Wykorzystanie reklam dynamicznych.

Moduł II Inne kampanie:

- Kampanie promujące aplikacje.
- Kampanie Discovery.
- Kampanie wideo.

Moduł III Lejek zakupowy w projektowaniu kampanii:

- Projektowanie lejka zakupowego pod różne branże.
- Warsztat praktyczny z doboru kampanii pod cele reklamowe.
- Modele hierarchii reakcji (takie jak AIDA) a strategia promocji

Moduł IV Planowanie działań:

- Czym są media plany i jak je przygotowywać.
- Warsztat praktyczny z planowania mediów.
- Tworzenie estymacji wyników kampanii.



Oczekiwane przygotowanie uczestnika

Nie jest wymagane specjalne przygotowanie uczestników.



Szkolenie obejmuje

W cenę szkolenie wliczone są:

- Prezentacja szkoleniowa
- Praktyczne ćwiczenia pozwalające utrwalić nabytą wiedzę
- Dyplom ukończenia szkolenia



Czas trwania

1 dni / 7 godzin

Język

Szkolenie: polski

Materiały: polski