

Google AdWords dla początkujących – AdWords 101



Czas trwania: 1 dzień

Prowadzący: Paweł Bilczyński – certyfikowany trener Google Adwords, Maciej Westerowski uczestnik programu Google Partners, trener Internetowych Rewolucji z Google

Cel szkolenia:

Nabycie umiejętności pozwalających na przygotowanie skutecznej kampanii reklamowej Google AdWords na swoje potrzeby

Nabycie umiejętności niezbędnych do oceny jakości pracy zewnętrznego podmiotu (agencji interaktywnej, freelancera) lub pracownika prowadzącego kampanię Google AdWords dla firmy

Uczestnicy dowiedzą się:

- W jaki sposób budować skuteczne kampanie?
- Jak trafić do właściwej grupy docelowej?
- Jak przygotować stronę docelową dla kampanii?
- Jak rozszerzyć zasięg swojej kampanii?
- Jak wyznaczyć cele i ocenić jakość pracy agencji prowadzącej dla nich kampanię?

Uczestnicy nabędą umiejętności:

- Pisania skutecznych tekstów reklamowych
- Doboru właściwych słów kluczowych
- Tworzenia kampanii na własne potrzeby
- Oceny wyników kampanii Google AdWords
- Prowadzenia współpracy z agencją interaktywną na warunkach partnerskich



Uczestnicy otrzymają:

Google AdWords Link Bundle – zestaw linków do przydatnych narzędzi i źródeł wiedzy

Bezpłatny audyt skuteczności swojej kampanii przeprowadzony przez Certyfikowanego Trenera Google AdWords. Kupon „Wydaj 100 zł, a otrzymasz 250 zł” na kampanię Google AdWords dla nowych reklamodawców

Program:

1. Przedstawiamy platformę reklamową Google AdWords:
 - a) Co to jest?
 - b) Jak działa?
 - c) Jakie daje możliwości?
2. Poznaj składowe skutecznej kampanii:
 - a) Teksty reklamowe
 - b) Słowa kluczowe
 - c) Strona docelowa
3. Jak pisać dobre reklamy?
 - a) Cechy skutecznego przekazu reklamowego
 - b) Zasady redagowania tekstów reklam
4. Jak wybrać właściwe słowa kluczowe do swojej kampanii?
 - a) Metody doboru właściwych słów kluczowych
 - b) Sposoby oceny skuteczności słów kluczowych użytych w kampanii
5. Jak przygotować stronę docelową na potrzeby kampanii
6. Jakie ustawienia wybrać dla swojej kampanii
 - a) Grupa docelowa
 - b) Zasięg terytorialny
 - c) Urządzenia
 - d) Harmonogram
 - e) Budżet
7. Jak mierzyć skuteczność kampanii?
 - a) Wybór celów kampanii
 - b) Sposoby mierzenia celów kampanii
 - c) Wykorzystanie danych do zarządzania kampanią
8. Współpraca z agencją interaktywną
 - a) Fakty i mity na temat Google AdWords
 - b) Jak wybrać agencję
 - c) Współpraca na warunkach partnerskich