

SZKOLENIE SEO + PPC

O SZKOLENIU

Dziękujemy za zainteresowanie naszym szkoleniem! Kierujemy je do osób, które wykorzystują lub chcą wykorzystywać pozycjonowanie do promocji swojego biznesu

w sieci lub chcą poszerzyć swoje kompetencje o wiedzę z zakresu SEO i reklam płatnych. Uczestnikami mogą być zarówno przedstawiciele firm, jak i osoby prywatne.

Czas trwania szkolenia to ok. 16 godzin (2 dni)

W ramach szkolenia przewidziana jest zarówno część teoretyczna, jak i warsztaty z narzędziami.



CO OTRZYMUJESZ ?

- Szkolenie prowadzone przez doświadczonych trenerów
- Nielimitowany dostęp do materiałów szkoleniowych
- Nagranie ze szkolenia na określony czas
- Certyfikat ukończenia szkolenia

SZKOLENIE SEO 2021

AGENDA - DZIEŃ 1

I. Twoja strona internetowa

- Wybór domeny - jak sprawdzić domenę historyczną oraz jaką nazwę wybrać dla nowej domeny
- Wybór hostingu

II. Co to jest SEO i w czym może Ci pomóc? A w czym nie może?

- Jak działa wyszukiwarka Google?
 - Płatne i bezpłatne wyniki wyszukiwania,
 - Jak działają użytkownicy wyszukiwarki i co z tego dla Ciebie wynika?
- Zalety i wady SEO
 - Kiedy SEO będzie strzałem w dziesiątkę?
 - Kiedy SEO będzie stratą czasu i pieniędzy?
 - Ile będziesz czekał na „wypozycjonowanie” strony?

III. Trzy filary SEO - autorytet, istotność, technologia

- trzy filary, które budują widoczność Twojej strony internetowej

IV. Jak działa Google - indeksowanie stron

- Proces indeksowania
 - Jak dokładnie przebiega?
 - Jak nim zarządzać?
 - Co należy indeksować, a co nie?

V. SEO w Twoim biznesie

- Planowanie struktury serwisu
 - Linkowanie wewnętrzne
 - Mapa strony
- Dlaczego przebudowa strony często kończy się spadkiem ruchu? Jak tego uniknąć?
 - Przekierowania,
 - Planowanie treści,
 - SEO i UX – sprzymierzeńcy, czy konkurenci?
- Jak połączyć SEO z innymi działaniami marketingowymi, by zmaksymalizować zysk?
 - Synergia SEO i działań on-line (Google Ads, Social Media),
 - Synergia SEO i działań off-line (banery, ulotki, reklama w radio).

SZKOLENIE SEO 2021

AGENDA - DZIEŃ 1 c.d.

VI. Google Search Console

- Raport skuteczność i jego zastosowanie
- Raport Indeks i analiza strony - naprawa błędów
- Raport Linki
- Search Analytics for Sheets

VII. Podstawowe cechy i funkcje Google Ads i Facebook Ads

- Google Ads - pokaż się klientom
 - Gdzie będzie wyświetlać się Twoja reklama?
 - Jak to działa? - rodzaje kampanii i podstawowe formaty reklam
 - Dotrzyj do właściwych klientów - możliwości kierowania reklam
- Facebook Ads - dotrzyj do fanów i potencjalnych klientów
 - Gdzie będzie ukazywać się Twoja reklama?
 - Jak będzie wyglądać Twoja reklama? - podstawowe formaty reklam
 - Wybierz właściwy cel kampanii i grupę docelową dla Twoich reklam

VIII. Konwersje, czyli jak mierzyć skuteczność działań

- Czym są konwersje?
- Dlaczego warto je śledzić?
- Co może być Twoją konwersją? - omówienie rodzajów konwersji
- Podstawowe pojęcia dotyczące konwersji: współczynnik konwersji, koszt konwersji, liczba konwersji
- Co trzeba zrobić, by móc mierzyć konwersje?

IX. Optymalizacja kampanii reklamowych

- Nie marnuj budżetu, czyli po co optymalizować kampanie?
- Na jakie elementy zwracać uwagę przy ocenie efektywności kampanii Google Ads i Facebook Ads
- Jak często optymalizować?

X. Najlepsze praktyki reklamowe

- Jakiego typu kampanii wybrać, aby były skuteczne w Twojej branży?
- Na co zwrócić uwagę, by Twoje kampanie były skuteczne?

SZKOLENIE SEO 2021

AGENDA - DZIEŃ 2

I. Analityka internetowa

- Google Analytics – omówienie narzędzia
 - Prawidłowa konfiguracja zbierania danych
 - Omówienie podstawowych raportów dostępnych w GA
 - Tworzenie raportów (panele informacyjne, raporty niestandardowe)
 - Konwersja, mikro- konwersja, makro-konwersja, anty-konwersja
 - Modele atrybucji
 - Czym są tagi UTM i jak z nich korzystać
- Google Analytics 4 – wprowadzenie
 - Podwójne tagowanie
 - Prezentacja dostępnych raportów

II. "Ważne żeby o nas gadali" - czyli podstawowe zasady linkbuildingu

- Co linki dają Twojej domenie?
- Jakie są rodzaje linków?
- Co to jest anchor text i jak z niego korzystać?
- Skąd brać linki i po co znów podglądać konkurencję?
- Disavow

III. Content Marketing

- Ogólne zasady tworzenia treści na strony internetowe,
- Optymalizacja tekstu pod Google (nasycanie frazami, ryzyko kanibalizacji),
- Optymalizacja grafiki,
- Tworzenie treści na potrzeby blogów, stron ofertowych i sklepów – podobieństwa, różnice, wskazówki,
- Narzędzia niezbędne przy pracy nad treścią.

IV. Analiza słów kluczowych i jej wpływ na proces optymalizacji serwisu

- Zaczynaj od podstaw, czyli słowa kluczowe
 - Wybór słów kluczowych dla domeny,
 - Nie wyważaj otwartych drzwi - analizuj konkurencję,
 - Jak szybko ocenić, czy masz szansę wypozycjonować dane słowo kluczowe?
- Spraw, by Google zrozumiało, co sprzedajesz, czyli optymalizacja strony
 - Planowanie landing pages,
 - Optymalizacja sekcji head strony,
 - Optymalizacja adresów URL,
 - Linkowanie wewnętrzne,
 - Indeksacja stron.

SZKOLENIE SEO 2021

AGENDA - DZIEŃ 2 c.d.

V. Techniczne aspekty SEO

- PageSpeed
 - Optymalizacja Grafik z uwagi na page speed
 - Optymalizacja kodu strony
 - Narzędzia do pomiaru prędkości działania strony
 - Wstęp do Web Performance

VI. Prawdy i mity na temat SEO