☎ 22 1189 002
✉ szkolenia@kfk.pl

AKADEMIA MARKETINGU KFK

Marketing internetowy – reklama firmy w Google Ads, SEO i analityka

2–3 grudnia 2026
2 dni (9:00–15:00) ONLINE **1 690 PLN netto + 23% VAT**

28–29 stycznia 2027
2 dni (9:00–15:00) ONLINE **1 690 PLN netto + 23% VAT**

W CENIE SZKOLENIA

- certyfikat
- materiały szkoleniowe

RABAT TEAM

2 osoba -25% | 3 i 4 osoba -50%
Dla uczestników z tej samej firmy, zapisanych na to samo szkolenie i termin.

PAKIET 2 SZKOLEŃ

Drugie szkolenie -25%
Dla tej samej osoby, przy jednoczesnym zamówieniu dwóch różnych szkoleń.

Rabaty TEAM i Pakiet 2 szkoleń nie łączą się ze sobą.

DLA KOGO?

Szkolenie jest przeznaczone dla osób odpowiedzialnych za marketing internetowy, promocję firmy i pozyskiwanie klientów online, które chcą lepiej planować, realizować i oceniać skuteczność działań digitalowych. Program sprawdzi się zarówno w większych organizacjach, jak i w małych firmach oraz biznesach rozwijających sprzedaż i widoczność w internecie.

- Specjalistów i menedżerów marketingu, którzy odpowiadają za wyniki online, ale nie muszą być ekspertami technologicznymi
- Osób zarządzających kampaniami, współpracą z agencją lub tworzeniem treści marketingowych
- Właścicieli firm, przedsiębiorców i osób rozwijających małe biznesy, które chcą skuteczniej promować firmę i zdobywać klientów w internecie
- Samodzielnych marketerów i małych zespołów, które potrzebują wiedzy gotowej do wdrożenia w praktyce

EFEKTY SZKOLENIA

Efektem szkolenia będzie poszerzenie wiedzy o marketingu internetowym oraz umiejętność planowania i optymalizacji działań online (Google Ads, SEO, www, content) w oparciu o cele biznesowe i dane.

- Poznasz strategie optymalizacji treści i stron www, które realnie wspierają pozyskiwanie klientów
- Nauczysz się dobierać kanały marketingu internetowego do celów kampanii i budżetu
- Zdobędziesz praktyczną wiedzę o wskaźnikach efektywności i narzędziach analitycznych
- Dowiesz się, jak wykorzystywać AI do usprawnienia działań SEO, content marketingu i kampanii reklamowych

PROGRAM SZKOLENIA

Program szkolenia pokazuje, jak skutecznie reklamować firmę w internecie i pozyskiwać klientów online – od przygotowania i poprawienia strony www, przez SEO, GEO, content marketing i kampanie Google Ads, po analitykę internetową, ocenę skuteczności działań.

DZIEŃ 1: POZYSKIWANIE KLIENTÓW ONLINE – STRONA WWW, CONTENT I REKLAMA INTERNETOWA

1. Jak klienci podejmują decyzje i wybierają firmy w internecie?

- Jak wygląda współczesna ścieżka klienta online? ROPO, ZMOT, CX/CJ, multichannel
- Jakie kanały marketingowe i reklamowe są obecnie najważniejsze, nowe trendy i wpływ AI
- Budowanie marki czy szybkie pozyskiwanie klientów – jak dobrać działania do celów biznesowych?
- Jak łączyć SEO, content marketing, reklamę i social media w jeden spójny system?
- Analiza skutecznych kampanii marketingowych

2. Strona internetowa, która wspiera sprzedaż i pozyskiwanie klientów

- Jak dopasować stronę www do celów sprzedażowych i marketingowych?
- 7 kluczowych elementów skutecznej strony internetowej (UX, grafika, CTA, copywriting)
- Jak zwiększać liczbę zapytań i konwersji na stronie?
- SEO, GEO i AI Overview – jak zwiększać widoczność w Google, ChatGPT i narzędziach AI?
- Psychologia i perswazja na stronie internetowej – jak zachęcać użytkowników do działania?
- Narzędzia do analizy ruchu i optymalizacji strony

3. Content marketing i AI – jak przyciągać klientów wartościowymi treściami?

- Jak zaplanować skuteczny content marketing?
- Jak dobierać treści do różnych etapów procesu zakupowego?
- Jak tworzyć treści budujące ekspercki wizerunek i wspierające sprzedaż?
- Gdzie publikować treści, aby skutecznie docierać do klientów?
- Jak wykorzystać ChatGPT, Gemini i Copilot do tworzenia treści i materiałów marketingowych?

Ćwiczenie: tworzenie skutecznej struktury tekstu i nagłówków

4. Reklama internetowa – wideo, banery i kampanie budujące zasięg

- Najważniejsze formaty reklamowe: wideo, banery i Rich Media
- Jak tworzyć reklamy przyciągające uwagę odbiorców?
- YouTube i sieć reklamowa Google – możliwości i zastosowania
- Jak budować rozpoznawalność marki i zwiększać zasięg kampanii?
- Analiza skutecznych i nieskutecznych kreacji reklamowych

DZIEŃ 2: SEO, GOOGLE ADS I ANALITYKA – JAK ZWIĘKSZAĆ RUCH, KONWERSJE I SPRZEDAŻ?

1. SEO i GEO – zwiększanie widoczności firmy w Google i AI Overview

- Jak działa Google i jakie zmiany wpływają dziś na pozycje stron?
- AI Overview i GEO – jak zwiększać widoczność w wyszukiwarce i narzędziach AI?
- Audyt SEO – jak identyfikować najważniejsze obszary do poprawy?
- SEO on-site i off-site – co realnie wpływa na ruch?
- Narzędzia do analizy i monitorowania SEO
- Jak wykorzystać AI do wspierania działań SEO?

Ćwiczenie: optymalizacja strony i treści pod SEO

2. Google Ads – pozyskiwanie klientów dzięki reklamie w wyszukiwarce

- Działanie systemu reklamowego Google i nowe opcje
- Jak dobierać słowa kluczowe i planować kampanie Search Ads?
- Kampanie Performance Max – możliwości i ograniczenia
- Remarketing i kampanie nastawione na zwiększanie konwersji
- Jak oceniać skuteczność kampanii reklamowych?

Ćwiczenie: dobór słów kluczowych i struktura kampanii Google Ads

3. Google Analytics 4 – mierzenie skuteczności działań marketingowych

- Jakie wskaźniki warto monitorować?
- Google Analytics 4 – analiza ruchu, zachowań użytkowników i konwersji
- Jak sprawdzać źródła ruchu i jakość pozyskiwanych użytkowników?
- Jak oceniać skuteczność poszczególnych kanałów marketingowych?
- Jak podejmować decyzje marketingowe na podstawie danych?

Ćwiczenie: analiza raportów Google Analytics 4

4. Jak efektywnie współpracować z agencją lub freelancerem?

- Jak przygotować skuteczny brief marketingowy?
- Jak wybierać agencje i wykonawców?
- Jak kontrolować realizację działań marketingowych i budżet?
- Najczęstsze błędy we współpracy z agencjami i jak ich unikać?

Artur Maciorowski

TRENER SZKOLENIA

Ekspert digital marketingu, trener, konsultant i publicysta z ponad 15-letnim doświadczeniem w tworzeniu, wdrażaniu i optymalizacji strategii promocji i sprzedaży online. Współpracował z takimi markami jak Coty Polska, Grupa ING, Bank DnB NORD, Fortis Bank/BGŻ BNP Paribas, Muzeum II Wojny Światowej, Auchan Polska czy INFOR. W swojej pracy łączy strategiczne podejście z praktycznym warsztatem i umiejętnością przekładania celów biznesowych na skuteczne działania digitalowe. Absolwent prestiżowego programu The Chartered Institute of Marketing – Diploma in Professional Marketing oraz certyfikowanego kursu IBM Application Framework for e-business w Zurychu. Były redaktor prowadzący magazynu „Online Marketing Polska". Autor książek: „E-marketing w praktyce. Strategie skutecznej promocji online", „Skuteczny e-mail marketing", a także współautor publikacji „Wskaźniki marketingowe". Certyfikowany trener DIMAQ IAB Polska, wykładowca SGH oraz tutor przedmiotu „Digital Strategy" w programie CIM. Od kilkunastu lat prowadzi intensywne szkolenia i warsztaty z obszaru digital marketingu – zarówno dla specjalistów i menedżerów, jak i wyższej kadry zarządzającej. Przeszkolił ponad 10 000 uczestników. W Akademii Marketingu KFK prowadzi cenione szkolenia: „Marketing internetowy – promocja i reklama firmy w internecie" oraz „E-commerce – skuteczna sprzedaż online i generowanie leadów".

Zobacz pełną ofertę i zapisz się → https://kfk.pl/szkolenie/event/emarketing

Wygenerowano: 15.11.2026