

Program szkolenia

9:00 – 9:15 Rejestracja uczestników

Część I – Wprowadzenie do analizy e-commerce

- Plan strategii pomiarowej
- Raportowanie a analizowanie danych
- Przygotowanie analizy
- Kolejne kroki w procesie analitycznym

11:00 – 11:15 Przerwa

Część II – Zrozumieć konsumenta

- Analiza źródeł odwiedzin
- Analiza wielokanałowa
- Analiza profilu klienta
- Podsumowanie i dobre praktyki

12:30 – 13:00 Przerwa obiadowa

Część III – Zrozumieć zachowania zakupowe użytkowników

- Rozszerzony moduł e-commerce
- Ścieżki wielokanałowe i modelowanie atrybucji
- Analiza zachowań zakupowych
- Analiza zamówień
- Podsumowanie i dobre praktyki

15:15 – 15:30 Przerwa

Część IV – Wdrożenie modułu e-commerce

- Google Tag Manager vs tradycyjne wdrożenie

Część V – Czy znasz Google Analytics dla e-commerce?

- Podsumowanie szkolenia
- Test wiedzy

16:00 Zakończenie szkolenia – wręczenie certyfikatów uczestnictwa