

# Google Tag Manager od podstaw

## 16 maja 2018, Warszawa

---

### Program szkolenia

9:00 – 9:15 Rejestracja uczestników

#### Wprowadzenie do Tag Managera

- Przegląd możliwości GTM
- Plan pomiarowy
- Optymalna strategia implementacji tagów



11:00 – 11:10 Przerwa kawowa

#### Konfiguracja Tag Managera

- Konfiguracja kontenera Tag Managera i instalacja w witrynie
- Instalacja tagów Google Analytics
- Konfigurowanie własności tagu Google Analytics
- Konfigurowanie śledzenia międzydomenowego



13:00 – 13:40 Przerwa lunchowa

#### Zbieranie danych przy użyciu warstwy danych, zmiennych i zdarzeń

- Zmienne i zdarzenia – zmierz wszystko w swojej witrynie
- Warstwa danych i jej możliwości
- Konfigurowanie niestandardowych wymiarów i metryk
- Implementacja modułu e-commerce
- Uwalnianie potencjałów testów i eksperymentów



15:00 – 15:10 Przerwa kawowa

#### Część IV – Korzystanie z dodatkowych tagów do marketingu i remarketingu

- Konfigurowanie śledzenia konwersji Adwords
- Konfigurowanie remarketingu dynamicznego
- Konfigurowanie map ciepła

16:00 Zakończenie szkolenia – wręczenie certyfikatów uczestnictwa

---

## Prowadzący

### **Anna Roj**

Młodszy Analityk Internetowy

Związana z Grupą Interia.pl od maja 2017 roku. Certyfikowany specjalista Google Analytics oraz Google AdWords. Posiada doświadczenie w obsłudze klienta oraz analityce finansowej. Obszary specjalizacji: analiza danych z wykorzystaniem Google Analytics, konfiguracja Google Tag Manager i Google Analytics, budowanie raportów efektywności w Google Data Studio.

### **Aleksandra Leśniak**

Młodszy Analityk Internetowy

Doświadczenie zdobyła w pracy researchera, specjalisty e-commerce oraz jako członek działu obsługi zamówień w jednej z krakowskich firm technologicznych. Certyfikowany specjalista Google Analytics oraz Google AdWords, do zespołu Semahead dołączyła we wrześniu 2017 roku. Obszary specjalizacji oraz zainteresowań zawodowych: wdrożenia i konfiguracja narzędzi analitycznych Google, pozyskiwanie informacji metodą białego wywiadu, analiza danych ilościowych i jakościowych, badania User Experience oraz architektura informacji stron WWW.