

Samo tworzenie i publikowanie treści to nie wszystko.

Aby skutecznie pozyskać ruch z wyszukiwarki Google treści muszą być z jednej strony angażujące użytkownika, aby chciał się podzielić się nimi ze swoimi znajomymi, z drugiej zaś przygotowane „pod Google”.

Serdecznie zapraszamy do udziału w naszych warsztatach, w czasie których uczestnicy będą mieli okazję dowiedzieć się m.in.:

- Jak sobie radzić z nowymi algorytmami?
- Jak konfigurować wskaźniki, by bronity Cię przed zbędnymi wydatkami?
- Jak podnosić efektywność komunikacji dzięki algorytmom?
- Jak zwiększyć zasięg marki i jej rozpoznawalność?
- Jak budować przekaz reklamowy dzięki algorytmom?
- Jak treść maksymalizuje efekty wyszukiwania?

Na szkolenie zapraszamy:

- Managerów działów marketingu,
- Specjalistów ds. marketingu,
- Specjalistów ds. reklamy,
- Specjalistów Public Relation,
- Specjalistów związanych z e-marketingiem,
- Pracowników agencji marketingowych odpowiedzialnych za aktualizację projektów internetowych swoich klientów.

Serdecznie zapraszam do udziału!



Agnieszka Sychała
Project Manager

tel. 22 4630188,
agnieszka.sychala@rp.pl

9:00	Rejestracja uczestników, poranna kawa
9:30	Oficjalne rozpoczęcie. Powitanie uczestników i prelegentów Agnieszka Spychała – Project Manager, Dziennik „Rzeczpospolita”
9:35	Ewolucja treści w internecie Wiktor Orzeł – Specjalista ds. Content Marketingu, Semahead <ul style="list-style-type: none">■ Symbioza człowieka i algorytmów. Czy wiesz jakie narzędzia skutecznie wspomagają tworzenie dobrych treści■ Automated Journalism w praktyce, czyli wyższy poziom rozwoju. Analiza wybranych case studies■ Marketing i sztuczna inteligencja. X obszarów, gdzie rozwiązania SI będą zyskiwać na znaczeniu
10:15	Jak algorytm ocenia jakość tekstu? Content marketing oparty na liczbach Agnieszka Zawadzka – Head of Research and Analysis, Whites <ul style="list-style-type: none">■ Jakie czynniki liczbowe pozwalają ocenić jakość treści<ul style="list-style-type: none">▪ semantyczne▪ ilościowe▪ częstotliwościowe■ Metody planowania i weryfikacji artykułów pozyskujących ruch organiczny (z bezpłatnych wyników wyszukiwania)
11:00	Przerwa na kawę
11:15	Jak pozycjonować stronę www – treści i algorytmy w Google Paweł Gontarek – SEO Director, Fabryka Marketingu <ul style="list-style-type: none">■ Narzędzia, które ułatwiają procesy tworzenia treści oraz ich optymalizacje■ Skuteczne pozycjonowanie poprzez algorytmy Google
12:00	Analiza zachowań użytkowników na stronie dzięki takim narzędziom jak Google Analytics, Yandex Metrica i Hotjar Krzysztof Krawczuk – Google Ads i Analytics Manager, Agencja 4DL.pl <ul style="list-style-type: none">■ Model zachowań użytkowników■ Praktyczne funkcje narzędzi w interpretowaniu danych<ul style="list-style-type: none">▪ Google Analytics▪ Yandex Metrica▪ Hotjar■ Segmentacja danych i konfiguracja celów■ UTM Builder■ W jaki sposób zmniejszyć współczynnik odrzuceń na stronie?
12:45	Przerwa na lunch

13:15

Wyzwania w marketingu opartym o consumer lifetime value**Oskar Braszczyński – Head Strategist, Google EMEA HQ**

- Dlaczego consumer lifetime value (CLTV) zyskuje na znaczeniu w procesie marketingowym
- Przegląd dobrych praktyk w wykorzystaniu CLTV do analizy biznesów e-commerce
- Technologia, która wspiera segmentację i komunikację podług segmentów CLTV

14:00

Algorytmy reklamowe Google i Facebook – jak dbać o jakość wyświetlanych reklam?**Marek Tarasiuk – SEM & Analytics Manager, Fabryka Marketingu**

- Content płatny czy bezpłatny – efektywne budowanie wizerunku i świadomości marki
- Stopień dostosowania się do zaawansowanych algorytmów
- Jak odpowiednio dbać o jakość reklam w celu dopasowania się do ich algorytmów

14:45

Przerwa na kawę i herbatę

15:00

Jak sztuczna inteligencja miesza nam w głowach – o manipulacji słów kilka**Paweł Rzeszuciński – Chief Data Scientist, Codewise**

- Czy ludzie to jedyni mieszkańcy internetu? Kilka słów o botach w social media
- Jak ludzka działalność żywi boty i co dostajemy w zamian? Sztuczna inteligencja zwierciadłem ludzkich uprzedzeń
- Kilka słów o Cambridge Analytica – czego się nauczyliśmy i czy faktycznie jest się czego obawiać?

16:00

Zakończenie szkolenia



Oskar Braszczyński – Head Strategist, Google EMEA HQ

Pełni funkcję Head Strategist i jest częścią Google EMEA HQ. Na co dzień pracuje z polskim rynkiem agencji i odpowiada za strategię marketingowe klientów Google, przede wszystkim z sektora retail. Wcześniej członek zespołu Brand Management w P&G. Specjalizuje się w rozwiązaniach dla komunikacji zintegrowanej, marketingu produktów niszowych i na wczesnym etapie rozwoju. Zwolennik rzetelnych badań konsumenckich. Prywatnie, zapalony żeglarz.



Paweł Gontarek – SEO Director, Fabryka Marketingu

Od wielu lat aktywnie uczestniczy w życiu społeczności SEO. Ukończył Politechnikę Warszawską, Akademię Leona Koźmińskiego oraz Uniwersytet SWPS. W ramach swojej pracy, będącej równocześnie jego wielką pasją, organizuje liczne szkolenia oraz konsultacje z pozycjonowania. Przeprowadza audyty stron internetowych, a także pomaga pozbyć się kar i filtrów z wyszukiwarki. Od 2010 roku prowadzi bloga SEO ZGRED i w tym właśnie miejscu dzieli się swoją wiedzą z zakresu SEO i SEM. Pracuje dla wielu firm, instytucji prywatnych i państwowych, szczególnie jako konsultant zewnętrzny. Od 2011 roku Top Contributor (Najlepszy Współtwórca) na forum Google dla Webmasterów.



Krzysztof Krawczuk – Marketing Executive / MIX Marketing Manager / Digital Marketing Trainer / Google Ads i Analytics Manager, Agencja 4DL.pl

Trener i konsultant, współtwórca platformy DeveloPro i systemu DeveloCRM zgodnego z RODO. Odpowiedzialny za wdrażanie strategii Marketingu Zintegrowanego w oparciu o MIX Marketing i hierarchię zachowań AIDAL. Posiadacz wszystkich Certyfikatów Google Partners. Od 2006r. doświadczenie zawodowe z zakresu Marketingu Zintegrowanego zdobywał w polskich i międzynarodowych koncernach, które zapewniło rozległą wiedzę na temat procesów biznesowych, efektywnego rozwoju i zabezpieczeń systemów informatycznych. Od 2011r. specjalizuje się w tworzeniu strategii marketingowych i narzędzi. Jako praktyk z wieloletnim doświadczeniem, z sukcesem wdrożył rozwiązania zwiększające efektywność marketingu i sprzedaży. Uczestnik licznych szkoleń związanych z marketingiem, Mix Mental Arts, psychologią sprzedaży, a także rozwojem. Człowiek czynu, dla którego pozytywne myślenie stanowi główny motor działania. Osoba, dla której nie ma rzeczy niemożliwych, są tylko takie, którym należy nadać realny kształt i sukcesywnie pracować nad ich realizacją.



Wiktor Orzeł – Specjalista ds. Content Marketingu, Semahead

Z branżą marketingową związany od ponad 6 lat. Swoje doświadczenie zbierał w krakowskich agencjach reklamowych (Insignia, Imagine PR, ContentHouse), gdzie zajmował się contentem i mediami społecznościowymi. Obecnie pracuje w Semahead. Miał przyjemność pracować m.in. dla takich marek jak: mBank, BSH, Biomed, Grupa Żywiec, Skoda, VITKAC, Black Red White. Specjalizuje się w obszarze strategicznych działań content marketingowych i influencer marketingu oraz budowania efektywnej synergii z innymi kanałami. Prywatnie – pisze powieści, czyta dużo prozy i interesuje się zagadnieniami związanymi ze sztuczną inteligencją.



Dr Paweł Rzeszuciński – Chief Data Scientist, Codewise

Autor ponad 30 publikacji w międzynarodowych czasopiśmie i na konferencjach poświęconych analizie danych oraz sztucznej inteligencji. Członek Forbes Technology Council, European Internet Forum oraz Europejskiego Sojuszu na Rzecz Sztucznej Inteligencji – forum ustanowione przez Komisję Europejską w celu otwartej dyskusji na tematy związane z rozwojem sztucznej inteligencji w Unii Europejskiej. Tytuł doktora uzyskał na Uniwersytecie w Manchesterze za pracę nad rozwiązaniami analitycznymi na potrzeby diagnostyki skrzyni biegów helikopterów. Po powrocie do Polski rozwijał się m.in. w ABB Corporate Research Center oraz HSBC Strategic Analytics. Obecnie pracuje jako Chief Data Scientist w Codewise. Po godzinach kibic ZAKSY Kędzierzyn-Koźle, literatury faktu i filmów Sci-Fi.



Marek Tarasiuk – SEM & Analytics Manager, Fabryka Marketingu

Ekspert Google Ads, Facebook Ads i Google Analytics, Posiada Certyfikaty: google Ads (Search, GDN, Shopping, Video, Mobile), Google Analytics IQ (GAIQ), Facebook Certified Buying Professional (FCBP). Najtrudniejsze wdrożenia analityki internetowej, jakie wykonał, to m.in.: Śledzenie ecommerce w Google Analytics za pomocą Measurement Protocol, Funkcja User-ID w aplikacji (web i mobile), Śledzenie aplikacji mobilnej z użyciem Google Firebase, AppsFlyer i Adjust, Integracja plików produktowych i tagowania produktów na stronie z kampanią produktową łącznie z remarketingiem dynamicznym. Obecnie prowadzi wiele kluczowych projektów analitycznych i PPC. Ponadto aktywnie uczestniczy w grupach dyskusyjnych dot. marketingu online, gdzie dzieli się swoją wiedzą, a także pozostaje na bieżąco z dynamicznie rozwijającą się branżą.



Agnieszka Zawadzka – Head of Research and Analysis, Whites

15 lat doświadczenia w marketingu internetowym. Matematyk, analityk internetowy, data scientist, specjalista SEO. SEO techniczne i semantyczne, strategię, B2B, platformy contentowe. Wcześniej związana m.in. z TVP, Money.pl, Media Regionalne. Analityka, strategię, machine learning

KOMUNIKACJA W ERZE ALGORYTMÓW

Jak zwiększyć efektywność działań marketingowych

TERMIN / MIEJSCE WYDARZENIA: 11 czerwca 2019 r., Warszawa

CENA:

850 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu do 31 maja 2019 r.

1150 zł/os + 23% VAT przy zgłoszeniu od 1 czerwca 2019 r.

Cena obejmuje: udział w szkoleniu, materiały, lunch, przerwy kawowe.

Informujemy, że Administratorem Twoich danych osobowych jest Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie przy ul. Prostej 51, 00-838 Warszawa, wpisana do Rejestru Przedsiębiorców prowadzonego przez Sąd Rejonowy dla m. st. Warszawy Sąd Gospodarczy XII Wydział Rejestrowy pod numerem KRS: 0000660475. Celem przetwarzania Twoich danych (imię, nazwisko, adres email, stanowisko, numer telefonu) jest realizacja usługi szkoleniowej „Komunikacja w erze algorytmów. Jak zwiększyć efektywność działań marketingowych”, świadczenie usług drogą elektroniczną oraz działania marketingowe dotyczące produktów spółki Gremi Media.

W związku z przetwarzaniem tych danych przysługują następujące prawa:

- dostęp do danych, w tym uzyskania kopii danych,
- żądanie sprostowania danych,
- usunięcie danych (w określonych sytuacjach),
- wniesienie skargi do organu nadzorczego zajmującego się ochroną danych osobowych,
- sprzeciwu wobec przetwarzania danych,
- ograniczenie przetwarzania danych.

W zakresie w jakim dane są przetwarzane w ramach świadczonej usługi (dane niezbędne do świadczenia usługi) można także skorzystać z:

- prawa do przenoszenia danych osobowych, tj. do otrzymania od administratora danych osobowych, w ustrukturyzowanym, powszechnie używanym formacie nadającym się do odczytu maszynowego.

W celu skorzystania z powyższych praw udostępniamy następujące kanały komunikacji:

FORMA PISEMNA / Adres: Gremi Media SA, ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa

POCZTA ELEKTRONICZNA / Adres email: dane_osobowe@rp.pl

DANE UCZESTNIKA/UCZESTNIKÓW:

Imię i nazwisko:

Stanowisko:

e-mail:

Telefon:

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanim z Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń tj. na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- * Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- * Akceptuję regulamin wydarzenia. * zgody obligatoryjne

Imię i nazwisko:

Stanowisko:

e-mail:

Telefon:

- Wyrażam zgodę na przesyłanie przez Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, na udostępniony przeze mnie adres poczty elektronicznej i numer telefonu informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- Wyrażam zgodę na przekazanie moich danych osobowych, w tym adresu poczty elektronicznej i telefonu spółkom powiązanim z Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, oraz partnerom wydarzeń tj. na przetwarzanie ich przez w/w podmioty w celu marketingu bezpośredniego ich produktów lub usług oraz w celu przesyłania informacji handlowych w rozumieniu ustawy z dnia 18 lipca 2002 r. o świadczeniu usług drogą elektroniczną. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- * Przyjmuję do wiadomości, że moje dane osobowe umieszczone zostają w bazie danych administratora danych tj. Gremi Media SA z siedzibą w Warszawie, ul. Prosta 51, i mogą być przetwarzane w celu wykonania zawartej ze mną umowy oraz w celu marketingu bezpośredniego własnych produktów lub usług administratora danych. Przyjmuję do wiadomości, że mogę w dowolnym momencie wycofać tę zgodę. Wycofanie przeze mnie zgody nie ma wpływu na zgodność z prawem przetwarzania, którego dokonano na podstawie mojej zgody przed jej wycofaniem.
- * Akceptuję regulamin wydarzenia. * zgody obligatoryjne

KOMUNIKACJA W ERZE ALGORYTMÓW

Jak zwiększyć efektywność działań marketingowych

TERMIN / MIEJSCE WYDARZENIA: 11 czerwca 2019 r., Warszawa

WARUNKI ZGŁOSZENIA:

- Zgłoszenie udziału w usłudze edukacyjnej wymaga przesłania wypełnionego formularza rejestracyjnego dostępnego na stronie www.konferencje.rp.pl. Zgłoszenie udziału dokonywane jest poprzez przesłanie wiadomości e-mail do Gremi Media SA (dalej „Organizator”) pod adres anna.szalaj@rp.pl (dalej „Zgłoszenie”). Zgłoszenie jest skuteczne pod warunkiem otrzymania od Organizatora potwierdzenia poprzez otrzymanie wiadomości e-mail z potwierdzeniem uczestnictwa w usłudze edukacyjnej. Osoba, która otrzymała potwierdzenia zgłoszenia nabywa status uczestnika (dalej „Uczestnik”).
- Potwierdzenie Zgłoszenia skutkuje zawarciem umowy o świadczenie usługi edukacyjnej i stanowi warunek dopuszczenia do usługi edukacyjnej oraz stanowi podstawę do obciążenia Uczestnika opłatą za usługę edukacyjną (dalej „Opłata”).
- Wpłaty należy dokonać w terminie 14 (czternastu) dni od daty otrzymania wezwania do dokonania płatności, nie później jednak niż w dniu rozpoczęcia świadczenia usługi edukacyjnej na rachunek Organizatora:
Gremi Media S.A. ul. Prosta 51, 00-838 Warszawa
Ing Bank Śląski S.A. 14 1050 1025 1000 0090 3096 4259
 Niedokonanie wpłaty we wskazanym terminie nie jest jednoznaczne z rezygnacją Uczestnika z usługi edukacyjnej.
- Uczestnik jest uprawniony do rezygnacji z usługi edukacyjnej na następujących zasadach:
 - rezygnacja wymaga formy dokumentowej i doręczenia Organizatorowi w trybie wskazanym w ust. 1;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie co najmniej 21 (dwudziestu jeden) dni przed rozpoczęciem świadczenia usługi edukacyjnej Organizator obciąża Uczestnika opłatą administracyjno-gwarancyjną w wysokości 400 zł + 23% VAT;
 - w przypadku doręczenia rezygnacji w terminie krótszym niż 21 (dwadzieścia jeden) dni przed rozpoczęciem świadczenia usługi edukacyjnej, Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty opłaty administracyjno-gwarancyjnej w wysokości (100% Opłaty).
- W przypadku braku zgłoszenia rezygnacji i nieobecności Uczestnika podczas świadczenia usługi edukacyjnej Uczestnik zobowiązany jest do zapłaty opłaty administracyjno-gwarancyjnej w wysokości (100% Opłaty).
- W przypadku, gdyby usługa edukacyjna nie odbyła się z powodów niezależnych od Organizatora, Organizator proponuje świadczenie usługi edukacyjnej w innym terminie lub w terminie 14 dni roboczych zwraca Opłatę w pełnej wysokości.
- Zgłoszenie jest równoznaczne z akceptacją powyższych postanowień oraz akceptacją warunków Regulaminu oraz oznacza upoważnienie Organizatora do wystawienia faktury VAT bez składania podpisu.
- Organizator zastrzega sobie prawo do wprowadzania zmian dot. programu, prelegentów oraz do odwołania usługi szkoleniowej z ważnych przyczyn.
- Organizator zastrzega sobie prawo odmowy uczestnictwa w usłudze edukacyjnej osoby powiązanej w jakimkolwiek charakterze z podmiotem konkurencyjnym dla Organizatora lub współorganizatora usługi edukacyjnej. W przypadku ujawnienia powyższych okoliczności po dokonaniu Opłaty, pełna kwota Opłaty zostanie zwrócona w terminie 14 dni roboczych.
- Organizator zastrzega sobie prawo odmowy świadczenia usługi edukacyjnej bez podawania przyczyny.

miejscowość, data i podpis	pieczętka firmy