

Spis treści książki

Prolog

Rozdział 1. Wprowadzenie do świata cyfrowych danych

- Skąd się biorą dane?
- Jak wykorzystać informacje?
 - Przykłady dobrego wykorzystania danych
 - Przykłady złego wykorzystania danych
- Big data
- Mar-tech
- Pokaż mi swoją tezę, a znajdę do niej dane

Rozdział 2. Najseksowniejszy zawód XXI wieku: analityk

- Czym jest zatem analiza marketingowa?
- Zrozumieć klienta, rola analityka biznesowego
- Biznes
- Marketing
- Usługi
- Research rynku czy mamienie klienta?

Rozdział 3. Wiedzę kupisz, ale umiejętności niekoniecznie - jak podnosić swoje kompetencje zawodowe

- Excel
- Kursy internetowe
- Staże

Rozdział 4. Google Analytics 4 - wykorzystaj swoje dane, zanim one wykorzystają Ciebie

- Nowa wersja Google Analytics 4
 - Universal Analytics
 - Google Analytics 4 - słownik
 - Google Analytics 360
- Pierwsze podejście do rozumienia danych na stronie internetowej
- Konfiguracja systemu
- Czy potrzebuję Google Analytics?
- Analiza i raportowanie
- Zdarzenia
- Typy raportów Google Analytics 4
- Google Analytics już zna odpowiedź

Rozdział 5. Dlaczego nigdy nie słyszeliśmy o Adobe Analytics? Porównanie jego możliwości z Google Analytics 4

- Różnice między Google Analytics 4 a Adobe Analytics
 - Użytkownicy
 - Strona główna
 - Raportowanie
- Czy należy rozdrabniać się na kilka narzędzi?
- Jak dostać się do środka Adobe Analytics i czy w ogóle warto?

Rozdział 6. Google Tag Manager - miejsce, gdzie marketer zostaje deweloperem

- Programista potrzebny od zaraz?
- Dlaczego warto znać narzędzie Google Tag Manager?
- Miłość albo nienawiść

Rozdział 7. Google Search Console - jak użytkownik zablądził na Twoją stronę

- Jak wykorzystać dane z Google Search Console?
- Użyteczność na pierwszym miejscu
- 10 pomysłów na analizę w Google Search Console

Rozdział 8. Google Trends - wywróż przyszłość swojego produktu

- Sezonowość w Google Trends
- Wrózenie z wyszukiwań
- Potęga big data - Google Trends a Big Query
- Gotowe podpowiedzi w kwestii content marketingu

Rozdział 9. Google Data Studio - pokaż mi swoją wizualizację, a powiem Ci, kim jesteś

- Pierwsze kroki w Google Data Studio
- Skup się na tym, czego szukasz
- Zadbaj o jakość danych, na które patrzysz
- Minimalizm i powściągliwość
- Liczby, które mówią
- Czy warto zaczynać swoją przygodę z wizualizacją danych?

Rozdział 10. Co mówią o nas liczby

- Analiza danych w e-commerce
 - Czy sklepy internetowe "patrzą" na naprawdę ważne metryki?
 - Przyszłość e-commerce
 - Rynek pracy
- Analiza danych w usługach
 - Wyzwania związane z wielokanałowością użytkowników
 - Promocja i działania 360
- Analiza danych w produktach cyfrowych
 - Sprzedawaj produkt, który nie istnieje fizycznie

Rozdział 11. Sukces wyrażony w dziwnych metrykach - pokaż mi swoje KPI, a powiem Ci, dokąd zmierzasz

- Zaplanuj swoje działania marketingowe krok po kroku

Rozdział 12. Masz wybór, czy chcesz być data driven, ale świat już taki jest

- Wyzwania współczesnych biznesów online
- Przyszłość rynku pracy

Epilog