



DIGITAL MARKETING ANALYTICS - FUNDAMENTALS

Learning Journey

Lektion 1

Lektion 2

Lektion 3

Lektion 4

Lektion 5

Überblick & Strategie

- Einführung in Digital Marketing Analytics
- Wichtige Grundbegriffe
- Dein Analytics Mindset & Skillset
- Einführung in Tools
- Auswahl von Web-Analytics-Tools
- Einführung in Google Analytics

Tracking & Segmentierung

- Audience Reports
- Segmentierung
- Einführung ins Tracking
- Cookie Tracking
- First-/Third-Party Cookies
- Conversion Pixel & Post-Back Pixel
- (Exkurs: Google Tag Manager)

Messung von Marketingkanälen

- Quelle, Medium, Channel
- Aquisition Reports
- Klicks
- Web Analytics: Tracking durch Kampagnenparameter
- Mobile App Analytics: Kohorten-Analyse, Event Tracking
- Tracking im Offline Marketing

Branding & Reichweite

- Einführung: KPIs entlang des Funnels & Marketingziele
- Funnel: Awareness
- KPIs für Awareness
- KPIs für Branding
- Wie bekannt ist meine Marke?

Nutzungsverhalten

- Funnel: Consideration
- Behavior Reports
- Unique User
- Seitenaufrufe & Sitzungen
- Welche Inhalte mögen die Nutzer*innen?
- Product Engagement KPIs (E-Commerce)
- Einführung in Google Analytics 4-Properties

Start Fr 03.06.

Start Fr 10.06.

Start Fr 17.06.

Start Fr 24.06.

Start Fr 01.07.



Live Session
Di 21.06.
17 Uhr



DIGITAL MARKETING ANALYTICS - FUNDAMENTALS

Learning Journey

Lektion 6

Conversions I

- Funnel: Conversion
- Conversion Reports
- Attribution
- KPIs im E-Commerce
- Blocker für Conversions
- Marketingkosten & -effizienz
- Tracking: Zielvorhaben anlegen

Lektion 7

Conversions II

- Wiederkauf率e
- Customer KPIs
- KPIs für B2B & B2C
- Lead Generation
- Abomodelle
- Beispielhafte Ziel-KPIs

Lektion 8

Zusammenföhrung von Daten

- Wie baue ich ein Dashboard?
- Business-Intelligence-Tools
- Google Data Studio & Power BI
- A/B-Testing und Onsite Experience
- Tools für Sales Analytics & CRM
- Wie messe ich die Effizienz? (Kanäle)
- Wann muss ich Mobile weiter optimieren?

Lektion 9

Rechtliche Basics & DSGVO

- Datenschutz im Unternehmen
- Neue Anforderungen beim Tracking
- Arbeit mit personenbezogenen Daten
- Cookie Banner & Datenschutzerklärung
- Strafen & Änderungen

Lektion 10

Big Picture & Trends

- Take-aways für das gesamte Unternehmen
- Ins Handeln kommen
- Data-Storytelling
- Ausblick & Digital Marketing Analytics Trends
- Wie geht es nach dem Kurs weiter?

Start Fr 08.07.



Live Session
Di 12.07.
17 Uhr

Start Fr 15.07.



Start Fr 22.07.



Start Fr 29.07.



Start Fr 05.08.



Live Session
Di 09.08.
17 Uhr



Deadline
Abschlusstest
So 14.08.
23 Uhr