

netspirits.

Web- Analytics- Workshop

Weiterbildungsmodule & mögliche Agenda

Hier findest du unterschiedliche Module für einen **Google- oder Web-Analytics-Workshop**, der auf dein Unternehmen und die Bedürfnisse deiner Mitarbeiter abgestimmt ist. Dieser Überblick verschiedener **Web-Analytics, Tracking- und Reporting-Schulungsbausteine** soll dir helfen, eine erste Themenwunschlister für die Schulung zusammenzustellen.

Gerne stehen wir mit Tipps zur Seite, wie du die finale **Workshop-Agenda** am besten zusammenstellst. Solltest du **Fragen zur Webanalyse** haben, hier hilft dir ein Experte mit Rat & Tat weiter: netspirits.de/kontakt/

Workshop-Modul	Inhalt & Beschreibung	Dauer	Interesse	
Web-Analytics-Grundlagenschulung Niveau: Einsteiger	Welche Tracking-Systeme gibt es? Überblick über Web-Analyse-, Usability, Nutzerverhaltens-Analyse-Tools. Wie plane ich als Unternehmen den Einstieg ins datengetriebene Marketing? Welche Tools muss ich kennen und wie kann ich diese einbinden? Dieses Modul ist optimal als Projektstart mit Geschäftsführer, Online-Marketing-Mitarbeitern, Manager, Quereinsteiger, Agentur und Inhouse-Mitarbeitern.	4 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Conversions, Kennzahlen, Ziele & Events I Niveau: Einsteiger	Was sind Conversions und welche Kennzahlen und KPI sollte ich kennen? Wie definiere ich Ziele und messe mit Events beziehungsweise Ereignissen das Verhalten meiner digitalen Besucher?	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Conversions, Kennzahlen, Ziele & Events II Niveau: Fortgeschritten	Wie lege ich selbst Conversions und Ziele in Google Analytics an? Der Fokus liegt hierbei auf der operativen Umsetzung.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Online-Marketing-Kanäle mit UTM-Parametern messbar machen Niveau: Einsteiger	Dieses Modul bringt den Teilnehmern bei, was UTM-Parameter sind und wie damit ganz einfach der Erfolg aller Online-Marketing-Maßnahmen überwacht werden kann. In diesem Modul enthalten sind praktisch Vorlagen für die spätere Arbeit mit UTM-Parametern.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Verhaltens-Tracking mit dem Tag Manager Niveau: Fortgeschritten	Wie erfahre ich, wie sich Besucher auf meiner Website verhalten? Scroll-Tiefe, Wiedergabezeit von Videos, PDF-Downloads sind einige von den KPI, die Nutzerverhalten messbar machen, und zur Auswertung des Erfolgs der Website/Kampagne hinzugezogen werden können.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Automatisierung von Reportings mit dem Google Data Studio Niveau: Einsteiger	In diesem Modul erfahren die Teilnehmer, wie man mit dem Daten-Visualisierungs-Tool automatisierte Reports anlegen kann. Wir zeigen Tipps und Tricks rund um das kostenlose Tool von Google und zeigen beispielhaft, welche Arten von Reports möglich sind.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>

Workshop-Modul	Inhalt & Beschreibung	Dauer	Interesse	
Google-Ads-Conversion- & Kampagnen-Tracking Niveau: Einsteiger	Wie kann ich das Conversion Tracking in Google Ads nutzen? Worauf muss ich achten? Mit welchen Kennzahlen kann ich später den Erfolg meiner Kampagnen überwachen?	3 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
YouTube Ads, Kanal- und Video-Performance + Kampagnen-Tracking Weiterbildung Niveau: Einsteiger & Fortgeschritten	Wie kann ich den Erfolg meiner YouTube-Werbung und -Videos überprüfen? Auf welche Kennzahlen kommt es an, um YouTube Ads, Abonentenentwicklung und Video-Performance zu bewerten?	4 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Facebook- & Insta-Ad-Kampagnen-Tracking Niveau: Einsteiger	Wie mache ich Social-Media-Werbung auf Facebook/Instagram messbar? Wir erklären, wie das Tracking funktioniert und geben hilfreiche Tipps, welche Kennzahlen & Kampagnenformate besonders spannend sind.	4 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Die wichtigsten KPI im digitalen B2B-Marketing Niveau: Einsteiger	Welche Kennzahlen sollten im B2B-Bereich getrackt werden? Wie kann Lead-Generierung und Lead-Nuturing sauber messbar gemacht werden? Die Teilnehmer lernen kennen, was mit Call Tracking und den richtigen B2B-Marketing-KPI alles möglich wird. Auch die Möglichkeiten beim Kampagnen-Tracking von LinkedIn und Xing werden vorgestellt.	4 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Cross Channel Tracking Niveau: Fortgeschritten	Wie kann ich kanalübergreifend mit Google Analytics erfassen, welche Kaufpfade meine Kundschaft nimmt? Das Modul stellt crossmediale Kampagnenerfassung und Conversion-Pfade vor und wie man diese auswertet.	1 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Attributionsmodelle Niveau: Fortgeschritten	Was sind Attributionsmodelle und wie helfen sie mir, mein Online-Marketing zu optimieren? Einstieg ins Thema und Vorstellung neuester Analyse-Methoden und Tools.	1 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Google Ads Reports Niveau: Fortgeschritten	Individuelle Agenda gezielt zusammengestellt auf deinen Status quo und Wünsche aus dem Team.	offen	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
Management-Reports: Welche Zahlen präsentiere ich dem Chef? Niveau: Einsteiger	Für B2B und B2C: Welche Zahlen braucht der Chef? Vorschlag für den Aufbau von GF-Reportings und Erläuterung, wie und woher welche Daten gezogen werden.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
SEO-Reporting Niveau: Einsteiger	Wie kann ich mit der Google Search Console und Google Analytics meinen SEO-Erfolg überwachen? Wie können mittels Data Studio sinnvoll Daten aus der Search Console und Google Analytics in einen übersichtlichen SEO-Report überführt werden?	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>

Hoffentlich hilft dir und deinem Team diese erste Übersicht möglicher Workshop-Module! Solltest du andere Fragestellungen und Wünsche haben: Melde dich via kontakt@netspirits.de - wir stellen dir deinen Workshop 100 Prozent passend zusammen

Gerne prüfen wir im Vorfeld zum **Analytics-Workshop** die korrekte Einbindung deines Tracking-Tools. So stellen wir sicher, dass alles DSGVO-konform konfiguriert ist und deine Ziele, Kennzahlen und Conversions ohne Messfehler erfasst werden.

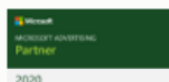
Welche Unternehmen durch einen Google Webanalyse und Google Analytics Workshop profitieren konnten? Hier einige Referenzen:



Hier findest du einen ausführlichen Ratgeber und Überblick, wie wir als Google-Analytics-Agentur helfen können!

"Ein Gramm **Wissen**
ist mir lieber als
einhundert Tonnen
Meinung."

Manès Sperber



Jederzeit für euch da: T 0221 6400 570 | E kontakt@netspirits.de

netspirits.