

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 Mitarbeitenden abgestimmt ist. Dieser Überblick verschiedener Web-Analytics-, Tracking- und **Reporting-Schulungsbausteine** soll dir helfen, eine erste Themenwunschliste 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/e Experte/in mit Rat und Tat weiter: [netspirits.de/kontakt/](https://netspirits.de/kontakt/)

<b>Workshop-Modul</b>	<b>Inhalt &amp; Beschreibung</b>	<b>Dauer</b>	<b>Interesse</b>	
<b>Web-Analytics-Grundlagenschulung</b> Niveau: Einsteiger	Welche Tracking-Systeme gibt es? Überblick über Web-Analyse-, Usability, Nutzendenverhaltens-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-Mitarbeitenden, Manager, Quereinsteiger:innen, Agentur und Inhouse-Mitarbeitenden.	4 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
<b>Conversions, Kennzahlen, Ziele &amp; Events I</b> 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:innen?	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
<b>Conversions, Kennzahlen, Ziele &amp; Events II</b> 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"/>
<b>Online-Marketing-Kanäle mit UTM-Parametern messbar machen</b> Niveau: Einsteiger	Dieses Modul bringt den Teilnehmer:innen 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"/>
<b>Verhaltens-Tracking mit dem Tag Manager</b> Niveau: Fortgeschritten	Wie erfahre ich, wie sich Besucher:innen auf meiner Website verhalten? Scroll-Tiefe, Wiedergabezeit von Videos, PDF-Downloads sind einige von den KPI, die Nutzendenverhalten messbar machen, und zur Auswertung des Erfolgs der Website/Kampagne hinzugezogen werden können.	2 Std.	ja <input type="checkbox"/>	nein <input type="checkbox"/>
<b>Automatisierung von Reportings mit dem Looker Studio</b> Niveau: Einsteiger	In diesem Modul erfahren die Teilnehmer:innen, 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"/>
<b>Google-Ads-Conversion- &amp; Kampagnen-Tracking</b>	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"/>

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

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](mailto: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](mailto:kontakt@netspirits.de)

**netspirits.**