

Performance Marketing Management

101 of Performance Marketing. Einführung in die Grundlagen des Performance Marketings: Welche Kanäle und Strategien gibt es? Wie misst man Erfolge? Teilnehmer:innen lernen, wie datengetriebenes Marketing funktioniert und wie Kampagnen für maximalen ROI optimiert werden können.

Professional Branding in Social Media featuring LinkedIn. Strategien zur professionellen Positionierung in sozialen Netzwerken, insbesondere auf LinkedIn. Es geht um den Aufbau einer starken Personal Brand, die Optimierung des Profils sowie Content-Strategien für nachhaltige Sichtbarkeit.

Marketing Automation. Automatisierung von Marketingprozessen zur Effizienzsteigerung. Themen sind u.a. E-Mail-Automatisierung, Lead-Nurturing, Customer Journeys und der Einsatz von Tools wie HubSpot, ActiveCampaign oder Mailchimp.

Chatbot Marketing. Einsatz von Chatbots im digitalen Marketing: Wie funktionieren sie? Wie lassen sich Konversionsraten mit automatisierten Kundeninteraktionen steigern? Einführung in verschiedene Plattformen und Best Practices für die Entwicklung und Implementierung.

Google Analytics. Erklärung der wichtigsten Funktionen und Berichte von Google Analytics. Wie analysiert man Website-Traffic, identifiziert Conversions und optimiert die Customer Journey basierend auf Daten?

Google Tag Manager. Vertiefung in den Google Tag Manager zur Verwaltung von Tracking-Skripten ohne direkte Code-Anpassungen. Einsatzmöglichkeiten für verbessertes Tracking und Datenmanagement.

Newsletter Marketing. Erfolgreiche Strategien für E-Mail-Marketing: Gestaltung ansprechender Newsletter, Segmentierung von Zielgruppen und Optimierung der Öffnungs- und Klickraten. Überblick über Tools und Best Practices.

Meta 1. Einführung in die Werbemöglichkeiten auf Meta (Facebook & Instagram). Grundlagen zur Erstellung von Kampagnen, Targeting-Optionen und Analyse der Performance.

Google Ads I. Grundlagen der Suchmaschinenwerbung mit Google Ads. Erstellung von effektiven Textanzeigen, Keyword-Strategien und Budgetverwaltung.

Google Ads II. Fortgeschrittene Strategien für Google Ads, einschließlich Remarketing, Display-Ads und Kampagnenoptimierung für eine höhere Conversion-Rate.

Meta 2. Vertiefung der Meta-Werbung: Dynamische Anzeigen, Lookalike Audiences, Retargeting-Strategien und Skalierung von erfolgreichen Kampagnen.

LinkedIn. Strategien für erfolgreiches LinkedIn-Marketing: Anzeigenformate, Lead-Generierung, B2B-Strategien und organisches Wachstum auf der Plattform.

Verkaufpsychologie. Wie beeinflussen psychologische Prinzipien Kaufentscheidungen? Einführung in Neuromarketing, Preispsychologie und Verhaltensmuster von Konsument:innen.

Einführung in die E-Commerce-Infrastruktur. Technische und strategische Grundlagen für den erfolgreichen Aufbau eines Online-Shops. Themen: Plattformwahl (Shopify, WooCommerce, Magento), Zahlungsanbieter, Logistik und Conversion-Optimierung.

Programmatic Advertising. Automatisierte, datengetriebene Werbeausspielung in Echtzeit. Einführung in Demand-Side-Plattformen (DSPs), Zielgruppen-Targeting und Echtzeit-Bidding.

Digitale Marketingstrategie & Content Management. Entwicklung ganzheitlicher Digitalstrategien und effektives Content-Management. Wie kombiniert man SEO, Social Media und Paid Media für maximale Reichweite? Best Practices zur strategischen Content-Erstellung.

Der Stundenplan gilt vorbehaltlich Änderungen durch unvorhersehbarer Ereignisse oder dynamischer Entwicklungen.