



MIT UNS BEHALTEN SIE DEN ÜBERBLICK

Seminarbeschreibung:



Web Analytics – Website-Statistiken zielorientiert lesen und auswerten

Nutzerverhalten auswerten, Ziele messbar machen, Kampagnen testen und optimieren — mehr Erfolg für Ihr Unternehmen!

SEMINARBESCHREIBUNG

Moderne Webanalyse-Tools liefern eine Fülle an Zahlen und Diagrammen, die auf den ersten Blick wenig über konkrete Ziele, Erfolge oder Misserfolge einer Website aussagen. Nur wer es versteht Web-Statistiken zielorientiert zu analysieren und zu interpretieren, kann das Potenzial der Auswertungen nutzen.

Web-Analytics ermöglicht eine effektive Website-Optimierung. Die Analysezahlen zeigen Stärken und Schwächen einer Internetseite und bilden somit die Grundlage für eine schrittweise Optimierung des Online-Angebots.

In diesem Seminar verschaffen Sie sich ein fundiertes Basis-Wissen über die korrekte Interpretation von Website-Statistiken und Web-Controlling-Daten. Sie lernen, wie Sie Reports und Analysen im Hinblick auf Ihre individuellen Ziele lesen sollten und mit Hilfe von Kennzahlen Geschäftsziele messbar machen.

Maximaler Praxisbezug:

Individuelle Arbeitsblätter und Checklisten garantieren einen maximalen Praxisbezug für Ihr Unternehmen. Alle Bereiche und Themen werden anschaulich und praxisnah vorgestellt.

SEMINARZIELE

- Sie werden die verschiedenen Möglichkeiten der Web-Analyse und des Web-Controllings kennen lernen und verstehen.
- Sie werden in der Lage sein, Web-Statistiken und Reports zu lesen und die daraus gewonnenen Erkenntnisse gezielt für die Optimierung Ihrer Website einsetzen können.
- Sie lernen statistische Daten übersichtlich und sinnvoll zu gruppieren, Kernaussagen zusammenzufassen, aber auch wichtige Details zu filtern und gezielt für das Controlling von Marketing-Kampagnen einzusetzen.
- Sie lernen Werkzeuge und Tools kennen, die Ihnen bei der praktischen Umsetzung von Analysen und Auswertungen helfen.

TRAINER

Das Seminar wird von Herrn Markus Bockhorni durchgeführt. Der Trainer verfügt über eine langjährige Erfahrung im Bereich Onlinemarketing und Web-Analysen. Er schult bereits sehr erfolgreich Mitarbeiter von Firmen, die in diesen Bereichen tätig sind.

Consultingleistungen sowie der Betrieb eigener Web-Portale gehören ebenfalls zu seinen Tätigkeitsfeldern, so dass Sie sicher sein dürfen, ein praxisorientiertes Seminar zu erleben.



TEILNEHMER

- Marketingverantwortliche, Mitarbeiter Werbung und Vertrieb, Geschäftsführer, Projektleiter.
- Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.
- max. 12 Teilnehmer

TERMINE / SEMINARZEITEN

- 22.-23.03.2012 München
 - 16.-17.04.2012 Hamburg
 - 18.-19.06.2012 Düsseldorf
 - 09.-10.07.2012 München
 - 27.-28.09.2012 Berlin
 - 18.-19.10.2012 München
 - 19.-20.11.2012 Düsseldorf
 - 10.-11.12.2012 Frankfurt
- 1. Tag 10:00 – 17:00 Uhr, 2. Tag 9:00 – 16:00 Uhr

KOSTEN

- 880.- € / Teilnehmer (inkl. Verpflegung und Unterlagen)

Einführung und Grundlagen aus dem Bereich Web-Analytics:

- Potenziale der Web-Analyse erkennen und nutzen
- Methoden und Möglichkeiten der Datenerfassung bzw. -auswertung
- Aufbereitung, Auslieferung und Darstellung der Statistik-Daten
- Logfile Analyse und Tag-/Pixel-Analyse
- Implementierung von Analyse-Werkzeugen

Erfassung von businessrelevanten Daten:

- Daten und Zahlen, die aus Analyse-Tools gewonnen werden können
- Metriken – Begriffe und Abkürzungen
- logische Gruppierungen der Daten
- Rückschlüsse ziehen/Zahlen in ein Verhältnis setzen
- Daten sammeln vs. Zielerreichung

Individuelle Ziele professionell kontrollieren:

- von Nackten Zahlen zum Geschäftsziel
- Business-Ziele einer Website
- Definition von Kennziffern zur individuellen Zielerreichung
- Festlegen zielrelevanter Kennziffern (KPIs: Key Performance Indikatoren)
- Ziele mit Erfolgs-Events verknüpfen
- ROI (Return on Investment) als oberster KPI
- individuelle Kennzahlen in einem Analyse-System abbilden
- Strategien zur Zielerreichung
- Web-Analyse als Prozess
- ROI-und E-Commerce-Auswertungen

Kennzahlen mit Geschäftszielen verbinden:

- Marketingbereiche mit Zahlen untermauern
- Komplexe Kaufzyklen/beratungsintensive Dienstleistungen
- Entwicklungsziele

Zuverlässigkeit der Daten:

- Mittelwerte realistisch betrachten
- Abweichungen und Fehlertoleranzen von Statistiken
- vermeidbare Fehlerquellen

Zielführende Segmente definieren:

- Notwendigkeit und Möglichkeiten der Segmentierung
- Kundensegmente mit Zielen verknüpfen

Reports/Berichte:

- Reports im Spannungsfeld unterschiedlicher Interessen
- Berichte individuell adressieren
- Management-Report
- Benchmarks – Wettbewerber im Vergleich

Suchmaschinenanalyse:

- suchmaschinenrelevante Kennzahlen & Wettbewerbsanalyse
- spezielle Tools und Werkzeuge zur Suchmaschinenanalyse

Optimierung in der Praxis:

- Möglichkeiten der Analyse von Optimierungspotenzialen (Browser Overlays, Heatmaps, Klickpfad-Analysen, Trichteranalysen, usw.)
- A/B-Tests/Multivariaten-Test
- strategisches Vorgehen – Tests professionell planen

Controlling und Tracking von Marketing-Kampagnen:

- Kampagnen (online und offline)
- Online-Kampagnen nach Erfolg bewerten und messen
- Konversionen und Sub-Konversionen
- Konversionszuordnungen – Tücken der Erfolgsmessung

Tracking von Social Media/Web-2.0-Inhalten:

- Blogs, RSS-Feeds, RIA-Anwendungen, Podcasts/Videos, Facebook, Twitter & Co.
- Spezielle Tools und Werkzeuge zur Social Media-Analyse

Targeting – Besucher gezielt ansprechen:

- Targeting – das Prinzip
- Behavioral Targeting
- Targeting im eigenen Webprojekt

Tools und Dienstleister für professionelles Web-Controlling:

- Marktübersicht relevanter Tools und Anbieter
- Auswahlkriterien/Entwicklungs- und Auswahlscenario

Strukturierte Planung und Einführung von Web-Analytics in Unternehmen:

- personelle, zeitliche und inhaltliche Anforderungen
- unternehmensinterne Kommunikation

Anmeldeformular:
Web Analytics – Website-Statistiken zielorientiert lesen und auswerten!

Bitte ausfüllen und an 08 11 / 99 33 66-1 faxen.

Anrede
Nachname
Vorname
Position / Abteilung
Telefon
E-Mail-Adresse

Firma
Straße / Postfach
PLZ / Ort
Web-Adresse

Werbecode (falls vorhanden)

Termin (bitte ankreuzen):

- | | |
|--|--|
| <input type="checkbox"/> 22.-23.03.2012 München | <input type="checkbox"/> 09.-10.07.2012 München |
| <input type="checkbox"/> 16.-17.04.2012 Hamburg | <input type="checkbox"/> 27.-28.09.2012 Berlin |
| <input type="checkbox"/> 18.-19.06.2012 Düsseldorf | <input type="checkbox"/> 18.-19.10.2012 München |
| | <input type="checkbox"/> 19.-20.11.2012 Düsseldorf |
| | <input type="checkbox"/> 10.-11.12.2012 Frankfurt |

Ja, ich möchte am oben angegebenen Termin am Seminar „Web Analytics – Website-Statistiken zielorientiert lesen und auswerten!“ teilnehmen.

Die Teilnahmegebühr für dieses Seminar beträgt inkl. Mittagessen, Erfrischungsgetränken und der Dokumentation **EUR 880,-**.

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Rechnung ist vor Seminarbeginn zu begleichen. Bis zu drei Wochen vor dem Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren, bis zwei Wochen vorher berechnen wir 50%. Bei Stornierung zu einem späteren Zeitpunkt oder bei Nichterscheinen berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Die Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich.

Alle Preise verstehen sich zuzüglich der gesetzlichen Mehrwertsteuer.

Sonstige Bemerkungen:

Ort, Datum, Unterschrift