



2-Tages-Seminar:

## **Google Analytics – Website-Erfolge richtig messen**

**Lernen Sie in nur 2 Tagen, Google Analytics richtig zu nutzen sowie  
Kennzahlen und Reports professionell zu interpretieren.**

## Seminarbeschreibung

Immer noch schöpfen viele Nutzer das Potenzial des Web-Analyse-Tools Google Analytics nicht voll aus. Dabei ermöglicht die richtige Interpretation der wichtigsten Kennzahlen eine effektive Optimierung Ihrer Webseite, hilft Besucher zu steuern und macht Online-Marketing-Kampagnen messbar. Die Analysezahlen zeigen Stärken und Schwächen von Internetseiten und Marketing-Kanälen und bilden so die Grundlage für eine schrittweise Optimierung Ihres Online-Angebots.

Wie sollten Sie Google Analytics richtig einsetzen und effektiv nutzen? Welche der vielen Berichte und Instrumente sind für Ihr Unternehmen die wichtigsten? Wie können Sie auch als Einsteiger Google Analytics schnell begreifen und sinnvoll einsetzen? Diese und viele weitere Fragen erläutern wir im Seminar und erklären Ihnen Schritt für Schritt, wie Sie die wichtigsten Kennzahlen wie Seitenzugriffe, Absprünge oder Downloads sowie individuell auf Ihre Unternehmensziele zugeschnitten Benchmarks messbar machen und automatisiert per E-Mail reporten.

In unserem 2-Tages-Seminar vermitteln wir Ihnen neben dem fundierten Basiswissen auch vielfältige Experten-Tipps für Ihre tägliche Arbeit mit Google Analytics – von der technisch korrekten Einbindung des Tracking Codes bis zur Verwaltung von Profilen. Mit einer detaillierten Anleitung zum Anlegen von Zielen, Trichtern, Filtern, Alerts, Segmenten, benutzerdefinierten Berichten und Dashboards deckt unser Seminar alle wichtigen Bereiche für Analysten und Marketing-Strategen ab.

## Seminarziele

- Sie verstehen die Bedeutung der einzelnen Zahlen und Metriken innerhalb von Google Analytics und Universal Analytics.
- Sie können Ihre Geschäftsziele und individuelle Kennzahlen messbar machen.
- Sie haben einen tiefen Einblick in die wichtigsten Einstellungen und Funktionen von Google Analytics und Universal Analytics gewonnen.
- Sie kennen die Vorteile des Google Tag Managers als arbeitssparendes und effizientes Tool und können Ihre Google Analytics Tracking Pixel und Ereignisse einbinden.
- Sie können die Benutzeroberfläche und Navigation des Tools sicher und professionell bedienen.
- Sie sind in die Lage, wichtige Bausteine zur Web-Analyse wie Ziele, Filter, Segmente, Trichter, Alerts oder individuelle Dashboards eigenständig anzulegen und zu verwalten.
- Sie können Ihre Unternehmensziele und Marketing-Kampagnen messbar machen und in individuellen Berichten dokumentieren.
- Sie können außerdem den Erfolg Ihrer Marketing-Kampagnen tracken und Ihre Webseiten bzw. Landing Pages optimieren.

# Seminarinhalte – Agenda

## **Einführung: Web-Analyse und Google Analytics**

- Was ist Web-Analyse und welchen Stellenwert hat Google Analytics?
- Wie weit geht Google Analytics? Welche Möglichkeiten bietet das Tool?

## **Begriffserklärung und technische Hintergründe**

- Wie werden User-Daten über ein Web-Analyse-Tool wie Google Analytics erfasst?
- Erläuterung häufig auftauchender technischer Begriffe wie Url, IP, Java Script, Tag oder Refferer
- Cookies und deren Auswirkung auf die Analyse: Session, Kampagnen, Segmente, Wiedererkennung usw.

## **Vorbereitung auf die Analyse**

- Datenschutz und Google Analytics
- Verknüpfungen mit AdWords und den Google Webmastertools
- Google Trackingcode: Implementierung und Individualisierung – Tracking verschiedener Domains und Sub-Domains, Umbenennung von URLs, Datenmengen beeinflussen, Cookies SubDirectories zuordnen, manuelles Taggin von Marketing-Kampagnen usw.
- Universal Analytics
- Hilfestellung bei der Einbindung von Google Analytics Trackig Pixel und Ereignissen durch den Google Tag Manager
- Mobile Einstellungen: Tracking mobiler Websites und App Tracking
- Erweiterte Einstellungen nutzen

## **Das Google Analytics Konto: Properties und Profile**

- Profileinstellungen: Profilname, IDs und Website URL, Gebiet und Zeitzone, Währung anpassen und Kostenquellen übernehmen, URL Suchparameter ausschließen, Site Search usw.
- Nutzer mit unterschiedlichen Berechtigungen hinzufügen, ändern oder löschen

## **Ziele, Filter und erweiterte Segmente**

- Ziele definieren: Conversions in Google Analytics erstellen und messbar machen
- Downloads als Ziel definieren (Event-Tracking)
- Makro- und Mikrokonversionen
- Zieltrichter definieren
- Wichtige Filter: Was sind Filter, wie werden sie angelegt und wozu dienen sie?
- Erweiterte User-Segmente bilden, speichern und anwenden

## **Die Analyse-Benutzeroberfläche**

- Navigationsbereiche und Logik der Benutzeroberfläche verstehen: die wichtigsten Funktionen im Überblick
- Zeiträume richtig verwenden und Vergleiche anstellen
- Visualisierungen: Tabellen und Diagramme

## **Kennzahlen und Metriken richtig lesen und interpretieren**

- Unterschied zwischen Besuchen und Besuchern
- Wiederkehrende und einmalige Besucher
- Absprungrate richtig interpretieren

- Einstiege und Ausstiege
- Verweildauer auf Seiten
- Besucherquellen, Zugriffe und Verweise

### **Berichte im Detail**

- Echtzeitberichte, Besucherberichte, Akquisition und Conversions
- Arbeiten auf dem Dashboard, individuelle Dashboards erstellen
- Erstellen eigener Diagramme, Tabellen und Messwerte
- Benutzerquellen: Besucherfluss, Navigationsfluss
- Customer Journey Auswertungen
- Radar-Ereignisse
- Tägliche, wöchentliche und monatliche Ereignisse
- Übersicht aller relevanten Berichte

### **Individualisierung einzelner Berichte und Segmente**

- Kennzahlen in Berichten anpassen
- Segmente bilden
- Benachrichtigungen manuell festlegen

### **Best Practice Web-Analyse mit Google Analytics**

Am Fallbeispiel wird das Gelernte in die Praxis umgesetzt. Es werden Ziele und KPIs definiert, die dann angelegt und mit Hilfe von Dashboards und individuellen Berichten dargestellt werden. Über eine Multi-Channel Trichter-Analyse wird dabei auch eine exemplarische Customer Journey dargestellt.

## Trainer

### David Zielonka



Der begeisterte Social Networker David Zielonka ist Web-Analytiker der ersten Stunde. Er betreut vielfältige Online-Kampagnen und liest Analyse-Zahlen wie einen spannenden Roman. Seine langjährige Erfahrung als Online Marketing Manager einer Full-Service Agentur garantiert höchsten Praxisbezug von zielgerichtetem Online Marketing über logische Verknüpfungen mit bestehenden Social-Media-Präsenzen bis hin zur professionellen Interpretation von Google-Analytics-Ergebnissen.

## Methodik

### Interaktiver Vortrag

In unseren Seminaren werden Sie mit Ihren individuellen Erwartungen an das Seminar und Ihren jeweiligen Online-Projekten selbstverständlich miteinbezogen. Fragen können jederzeit gestellt werden. Regelmäßige Feedback-Runden unterstreichen den interaktiven Seminarcharakter.

### Vielseitiger Medieneinsatz

Um die bestmögliche Aufmerksamkeit zu erreichen, arbeiten unsere Trainer abwechselnd mit anschaulichen Power-Point-Präsentationen, Live-Beispielen im Internet, Flipchart und Pinnwand. Das garantiert ein abwechslungsreiches Seminar – mit Inhalten, die „haften“ bleiben.

### Maximaler Praxisbezug

Live-Beispiele aus der Praxis sowie die Beispiel-Projekte der Teilnehmer garantieren den maximalen Praxisbezug und bilden eine professionelle Grundlage für die praktische Umsetzung der individuellen Unternehmensziele jedes Teilnehmers. Neben den konkreten Live-Beispielen arbeiten wir auf Wunsch auch an den verschiedenen Web-Projekten der Seminarteilnehmer.

### Tipps, Tools und Seminarunterlagen

Anhand von Live-Demonstrationen ausgewählter Tools, Portale und Netzwerke lernen Sie nützliche Werkzeuge kennen und erhalten wertvolle Tipps und Tricks, die Sie in Ihrer täglichen Arbeit aktiv unterstützen. Ausführliche, seminarbegleitende Unterlagen und Checklisten dienen als umfassendes Nachschlagewerk am Arbeitsplatz – auch noch lange nach Ihrem Seminarbesuch.

## Teilnehmer

Unser Seminar eignet sich erfahrungsgemäß sehr gut für Einsteiger wie auch für Marketer mit ersten Erfahrungen zum Thema Google Analytics und Universal Analytics. Das Seminar richtet sich an Online-Marketing-Mitarbeiter aus Unternehmen und Agenturen, die in ihrem Praxisalltag für die Themen Web-Analyse, Online Marketing und Reportings verantwortlich sind. Das Seminar richtet sich aber auch an Geschäftsführer, Einzelunternehmer und Entscheider, die sich einen fundierten Überblick über Google Analytics verschaffen möchten.

**Spezielle Voraussetzungen oder technisches Know-how der Teilnehmer werden nicht benötigt.**

### Unsere Zielgruppe im Überblick:

Web-Analysten (Google Analytics), Website-Manager, Marketingverantwortliche, Mitarbeiter aus Marketing und Vertrieb, Online Marketing Manager, Website- und E-Commerce-Manager, Geschäftsführer, Entscheider, Projektleiter und Agenturen

## Referenzen und Teilnehmerstimmen

Seit mehr als 15 Jahren schenken uns unsere Kunden ihr Vertrauen. Immer wieder erhalten wir positives Feedback über die Kompetenz unserer Trainer, den optimalen Praxisbezug der Schulungen und die gute Verständlichkeit und Struktur der Kurse.

Mit der nachfolgenden Referenzauswahl erhalten Sie Einblick in die Branchenvielfalt unserer eMBIS Schulungsteilnehmer:



Viele unsere Teilnehmer haben uns bereits ihre Stimme zum Seminar gegeben. Auf unserer Webseite können Sie sich gerne davon überzeugen:

<https://www.embis.de/kunden-und-stimmen.html>

## Termine, Orte und Zeiten

- 19.-20.12.2018 Frankfurt
- 28.02.-01.03.2019 Stuttgart
- 15.-16.04.2019 Düsseldorf
- 20.-21.05.2019 München
- 06.-07.06.2019 Hannover
- 25.-26.07.2019 Frankfurt
- 20.-21.08.2019 Hamburg
- 21.-22.10.2019 München
- 21.-22.11.2019 Frankfurt
- 03.-04.12.2019 Düsseldorf
- 16.-17.12.2019 München

### Zeiten

1. Seminartag: 10:00 - 17:00 Uhr
2. Seminartag: 09:00 - 16:00 Uhr

## Kosten

Die Teilnahmegebühr beträgt pro Teilnehmer 980 Euro zzgl. MwSt.

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen.

Die Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.

Alle Teilnehmer erhalten ein persönliches Teilnehmerzertifikat der eMBIS Akademie für Online Marketing, in dem Inhalte, Ort und Datum des Seminars dokumentiert sind. Das Zertifikat wird vom jeweiligen Trainer unterschrieben.

# Faxanmeldung: Google Analytics Seminar

Bitte ausfüllen und an 0811 993366-1 faxen.

Anrede
Vorname
Nachname
Telefon
E-Mail

Firma
Straße/Postfach
PLZ/Ort
Unternehmenswebseite

## Termine (bitte ankreuzen):

- |  |            |   |            |
|--|------------|---|------------|
| <input type="checkbox"/> 19.-20.12.2018    | Frankfurt  | <input type="checkbox"/> 20.-21.08.2019 | Hamburg    |
| <input type="checkbox"/> 28.02.-01.03.2019 | Stuttgart  | <input type="checkbox"/> 21.-22.10.2019 | München    |
| <input type="checkbox"/> 15.-16.04.2019    | Düsseldorf | <input type="checkbox"/> 21.-22.11.2019 | Frankfurt  |
| <input type="checkbox"/> 20.-21.05.2019    | München    | <input type="checkbox"/> 03.-04.12.2019 | Düsseldorf |
| <input type="checkbox"/> 06.-07.06.2019    | Hannover   | <input type="checkbox"/> 16.-17.12.2019 | München    |
| <input type="checkbox"/> 25.-26.07.2019    | Frankfurt  |   |            |

## Anmeldebedingungen:

Die Teilnahmegebühr für das Google Analytics Seminar beträgt 980,00 Euro (das sind 1166,20 Euro inkl. MwSt.). Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke sowie ausführliche Seminarunterlagen. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Rechnung ist vor Seminarbeginn zu begleichen. Bis zu 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin können Sie Ihre Anmeldung kostenlos stornieren. Ab 14 Tage vor dem Veranstaltungstermin berechnen wir die gesamte Teilnehmergebühr. Eine Stornierung ist schriftlich vorzunehmen. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Bei Absage der Veranstaltungen durch die eMBIS GmbH infolge nicht beeinflussbarer Gründe bzw. höherer Gewalt, wird der volle Teilnahmebeitrag erstattet. Weitergehende Ansprüche sind ausgeschlossen.

## Sonstige Bemerkungen:

----------------------

Ort, Datum und Unterschrift