



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 – vom zertifizierten Google Analytics-Experten.

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 Referrer
- Cookies und deren Auswirkung auf die Analyse: Session, Kampagnen, Segmente, Wiedererkennung usw.

Vorbereitung auf die Analyse

- Datenschutz und Google Analytics
- Verknüpfungen mit Google Ads und den Google Webmastertools
- Google Trackingcode: Implementierung und Individualisierung – Tracking verschiedener Domains und Sub-Domains, Umbenennung von URLs, Datenmengen beeinflussen, Cookies SubDirectories zuordnen, manuelles Tagging von Marketing-Kampagnen usw.
- Universal Analytics
- Hilfestellung bei der Einbindung von Google Analytics Tracking 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
- Dashboardaufbau mit Hilfe von Google DataStudio

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.

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

Kosten

	 Präsenzseminar	 Online-Seminar
Teilnahmegebühr	pro Teilnehmer 980,- € zzgl. MwSt.	pro Teilnehmer 780,- € zzgl. MwSt.*
Verpflegung	Im Preis inbegriffen sind ein Mittagessen, diverse Snacks und Erfrischungsgetränke.	entfällt
Reisekosten	Kosten für Anreise und Übernachtung sind bei Bedarf selbst zu entrichten und nicht im Seminarpreis enthalten.	entfällt

Termine, Orte und Zeiten

Aktuelle **Präsenz-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/google-analytics-seminar.html#termine>

Aktuelle **Online-Termine** finden Sie hier:

<https://www.embis.de/seminare/google-analytics-seminar.html#online-termine>

Anmeldung

Das Anmeldeformular finden Sie auf unserer Webseite unter:

<https://www.embis.de/seminare/google-analytics-seminar.html#anmeldung>

Für den optimalen Lernerfolg ist die Teilnehmerzahl auf 12 begrenzt.

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.