



2-Tages-Seminar:

Web Analytics – so messen Sie den Erfolg Ihrer Webseite richtig

Entdecken Sie in nur 2 Tagen das volle Potenzial, aber auch mögliche Schwachstellen Ihrer Webseite und Kampagnen. Lernen Sie, Kennzahlen richtig zu interpretieren und Ihre Online-Marketing-Ziele sicher zu erreichen.

Seminarbeschreibung

Web-Analyse ist wichtig. Keine Frage. Aber wissen Sie wirklich, was die Kennzahlen in Ihrem Analyse-Tool bedeuten? Bei einer langen Verweildauer auf Ihrer Webseite kann es sein, dass ein User an Ihrem Angebot besonders interessiert ist. Es kann aber auch sein, dass er einfach nicht sofort findet, was er sucht. Haben Sie eigentlich schon alle Optionen entdeckt, die Ihr Analyse-Tool zur Optimierung Ihrer Webseite bereithält? Und überhaupt: Welches Tool ist das richtige für Sie?

In unserem Web-Analyse-Seminar erhalten Sie Antworten auf all diese Fragen. Verschaffen Sie sich in entspannter Lernatmosphäre einen fundierten Überblick über die korrekte Interpretation von Website-Statistiken und Web-Controlling-Daten. Lernen Sie, wie Sie Reports und Analysen in Hinblick auf Ihre individuellen Ziele lesen sollten und mithilfe der richtigen Kennzahlen Ihre Geschäftsziele messbar machen. Erfahren Sie alles über das konkrete Vorgehen zur Optimierung von Navigationen, Inhalten, Marketing-Kanälen und Landing Pages.

Warum sind derlei Basics so bedeutend? Moderne Web-Analyse-Tools liefern eine Fülle an Zahlen und Diagrammen, die auf den ersten Blick wenig über konkrete Ziele, Stärken und Schwächen einer Webseite aussagen. Nur wer es versteht, Web-Statistiken auch zielorientiert zu analysieren und richtig zu interpretieren, kann das Potenzial der Auswertungen wirklich nutzen.

Seminarziele

- Sie kennen und verstehen die Potenziale der Web-Analyse und des Web Controllings.
- Sie sind in der Lage, die aus der Web-Analyse gewonnenen Erkenntnisse für die Optimierung Ihres Online-Angebots bzw. Ihrer persönlichen Online-Ziele einzusetzen.
- Sie können statistische Daten übersichtlich und sinnvoll gruppieren und zu Kernaussagen zusammenfassen, aber auch wichtige Details filtern und für das Controlling von Marketing-Kampagnen einsetzen.
- Sie erkennen die Bedeutung von KPIs und sind in der Lage, individuelle Kennzahlen zu bilden, die Ihre Geschäftsziele messbar machen.
- Sie haben einen Überblick über die wichtigsten Werkzeuge und Tools gewonnen, die Ihnen bei der praktischen Umsetzung von Analysen und Auswertungen helfen.

Seminarinhalte – Agenda

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
- Implementierung von Analyse-Werkzeugen

Erfassung von business-relevanten Daten

- Daten und Zahlen, die aus Analyse-Tools gewonnen werden können
- Metriken, Begriffe und Abkürzungen
- Logische Gruppierung der Daten
- Rückschlüsse ziehen und Zahlen in ein Verhältnis zueinander setzen
- Daten sammeln vs. Zielerreichung

Individuelle Ziele professionell kontrollieren

- Von nackten Zahlen zum Geschäftsziel
- Business-Ziele einer Webseite
- Ziele mit Erfolgs-Events verknüpfen
- Definition von Kennziffern zur individuellen Zielerreichung
- Festlegen zielrelevanter Kennzahlen (KPIs)
- Return on Investment (ROI) als oberster KPI
- Besonderheiten bei E-Commerce-Auswertungen
- Individuelle Kennzahlen in einem Analyse-System abbilden
- Web-Analyse als Prozess

Kennzahlen mit Geschäftszielen verbinden

- Marketingbereiche mit Zahlen untermauern
- Komplexe Kaufzyklen und 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 und Berichte

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

Suchmaschinenanalyse

- Suchmaschinenrelevante Kennzahlen und Wettbewerbsanalyse
- Spezielle Tools und Werkzeuge zur Suchmaschinenanalyse

Optimierung in der Praxis

- Möglichkeiten, um Optimierungspotenziale zu analysieren: Browser Overlays, Heatmaps, Klickpfad-Analysen, Trichteranalysen usw.
- A/B-Tests und Multivariate Tests
- Strategisches Vorgehen: Tests professionell planen

Controlling und Tracking von Marketing-Kampagnen

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

Tracking von Social-Media- und Web-2.0-Inhalten

- Besonderheiten beim Analysieren von sozialen Netzwerken wie Facebook, Twitter und Co.
- Spezielle Tools und Werkzeuge zur Social-Media-Analyse

Targeting: Besucher gezielt ansprechen

- Targeting: das Prinzip
- Content-, Behavioral- und Re-Targeting
- Targeting im eigenen Web-Projekt

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

Trainer

Unser Seminar wird von **Stefan Ponitz** oder **Markus Bockhorni** durchgeführt.

Stefan Ponitz



Stefan Ponitz arbeitet seit knapp 20 Jahren im Online Marketing als Web-Analytics- und E-Commerce-Berater – sowohl für kleine und mittelständische Unternehmen als auch Konzerne – in Fragen der Online-Strategie und Web-Analyse (Google Analytics und Piwik) sowie der Optimierung und Vermarktung von Onlineshops. Der studierte Wirtschaftsinformatiker und Betriebswirt hat zahlreiche Online-Projekte erfolgreich umgesetzt, unter anderem für die TRIGEMA Inh. W. Gruppe e.K., EasyCredit/Teambank Nürnberg und die InfraServ GmbH.

Markus Bockhorni



Der Gründer und Geschäftsführer der eMBIS Akademie Markus Bockhorni arbeitet seit Jahren Trainer im Bereich Online Marketing. Seinen hohen Anspruch an Praxisnähe erfüllt er mit Engagement, fundiertem Know-how und umfassender Anwender- und Lehrerfahrung. Als überzeugter Online Marketer der ersten Stunde und passionierter Web-Analyse-Spezialist kennt er das komplexe Zusammenspiel von Online-Netzwerken und SEO-Maßnahmen und bringt sein umfangreiches Fachwissen verständlich auf den Punkt.

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 Web-Analyse. 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 das Thema Web-Analyse verschaffen möchten.

Durch die Vielfalt der Seminarinhalte, die neben den Grundlagen auch Spezialgebiete wie die Definition von Kennziffern zur individuellen Zielerreichung, die Segmentierung von Daten, das Erstellen von Reports und Berichten, das Controlling und Tracking von Marketing-Kampagnen sowie den richtigen Einsatz von A/B- und Multivariate Tests umfasst, profitieren selbst erfahrene Web-Analysiker von unserem gebündelten eMBIS Know-how und zahlreichen Praxis-Tipps.

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

Web-Analysten, Website-Verantwortliche, Marketingverantwortliche, Mitarbeiter aus Werbung 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

- 27.-28.11.2018 Berlin
- 20.-21.02.2019 Frankfurt
- 15.-16.04.2019 München
- 02.-03.05.2019 Berlin
- 08.-09.07.2019 Stuttgart
- 25.-26.09.2019 Frankfurt
- 15.-16.10.2019 Hannover
- 02.-03.12.2019 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: Web Analytics Seminar

Bitte ausfüllen und an 0811 993366-1 faxen.

Anrede	Firma
Vorname	Straße/Postfach
Nachname	PLZ/Ort
Telefon	Unternehmenswebseite
E-Mail	

Termine (bitte ankreuzen):

- | | |
|---|---|
| <input type="checkbox"/> 27.-28.11.2018 Berlin | <input type="checkbox"/> 08.-09.07.2019 Stuttgart |
| <input type="checkbox"/> 20.-21.02.2019 Frankfurt | <input type="checkbox"/> 25.-26.09.2019 Frankfurt |
| <input type="checkbox"/> 15.-16.04.2019 München | <input type="checkbox"/> 15.-16.10.2019 Hannover |
| <input type="checkbox"/> 02.-03.05.2019 Berlin | <input type="checkbox"/> 02.-03.12.2019 München |

Anmeldebedingungen:

Die Teilnahmegebühr für das Web 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