



DIGITAL MARKETING ANALYTICS – FUNDAMENTALS

Learning Journey

LEKTION #1

Überblick und Strategie

1. Einführung in Digital Marketing Analytics
2. Wichtige Grundbegriffe
3. Mindset und Skillset
4. Strategie
5. Einführung in Tools
6. Auswahl von Web-Analytics-Tools
7. Einführung in Google Analytics

LEKTION #2

Tracking und Segmentierung

1. Einführung ins Tracking
2. Cookie-Tracking
3. First-/Third-Party-Cookies
4. Conversion-Tracking
5. Serverseitiges Tracking
6. Google Tag Manager
7. User Reports
8. Audiences

LEKTION #3

Messung von Marketingkanälen

1. Source, Medium, Channel
2. Acquisition Reports
3. Klicks
4. Kampagnenparameter
5. Mobile-App-Analytics
6. Event-Tracking
7. Tracking im Offline Marketing



Praxisanwendung

LEKTION #4

Branding und Reichweite

1. Einführung in KPIs und Marketingziele
2. Funnel: Awareness
3. KPIs für Awareness
4. KPIs für Branding
5. Markenbekanntheit

LEKTION #5

Nutzungsverhalten

1. Funnel: Consideration
2. Sessions
3. Bevorzugte Inhalte
4. KPIs für Engagement
5. Kohorten-Analyse



DIGITAL MARKETING ANALYTICS – FUNDAMENTALS

Learning Journey

OMZ
ACADEMY

LEKTION #6

Conversions I

1. Funnel: Conversion
2. Conversion Reports
3. Attribution
4. KPIs im E-Commerce
5. Conversion-Blocker

LEKTION #7

Conversions II

1. Einführung Lead Generation
2. Abo-Modelle
3. B2B-Tracking
4. KPIs zur Kundenbindung
5. Tipps aus der Praxis

LEKTION #8

Zusammenführung von Daten

1. Dashboards
2. Business-Intelligence-Tools
3. Google Looker Studio und Power BI
4. A/B-Testing und Onsite Experience
5. Effizienz der Marketingkanäle
6. Mobile optimieren



Praxisanwendung

LEKTION #9

Rechtliche Basics und DSGVO

1. Anforderungen beim Tracking
2. Arbeit mit personenbezogenen Daten
3. Cookie-Banner
4. Datenschutzerklärung
5. Rechtliche Konsequenzen

LEKTION #10

Big Picture und Trends

1. Nutzer*innen identifizieren
2. Data Storytelling
3. Conversion-Modelling
4. Ausblick



Abschlusstest