

Zertifikat

Herr Gerhard Hens

hat den folgenden Lehrgang zur beruflichen Qualifizierung
erfolgreich absolviert:

Einführung Online Marketing

Note:

1,7

Dauer:

320 Unterrichtseinheiten

Absolvierte Prüfungsleistungen:

- Schriftliche Abschlussprüfung
- Praxisbezogene Projektarbeit

Königstein, 06.06.2024

Ort, Datum



Hubertus von Paucker, Geschäftsführer

Königstein, 06.06.2024

Ort, Datum



Torsten Muth, Geschäftsführer

Einführung Online Marketing

Folgende Inhalte wurden im Rahmen des Lehrgangs vermittelt:

Grundlagen Online Marketing

- Wandel der Kommunikation
- Marketing-Management
- Marktbearbeitung
- Strategische Situationsanalyse
- Klassisches vs. Online-Marketing

Ziele und Zielgruppen

- Ziele Online-Marketing
- Ziele einer Website
- Zielformulierung
- Zielgruppendefinitionen
- Zielgerichtete Kommunikation

Customer Journey und Cross Media

- Definition, Phasen und Formen der Customer Journey
- Cross-Media-Marketing und -Ansätze

Website und Usability

- Zieldimensionen Webseite
- Einflussfaktoren auf einer Webseite
- Besuchertypen von Webseiten
- Grundregeln für eine Webseite
- Planung einer Webseite
- User Experience

Content Marketing

- Content-Arten, -Strategie und -Audit
- Planung und Messbarkeit
- Content-Marketing-Mix
- Storytelling

Suchmaschinenoptimierung (SEO)

- Ranking-Kriterien für Suchmaschinen
- Google Updates
- SEO und Marken
- Keyword-Recherche
- On-Page- und Off-Page-Optimierung

Online Advertising und Suchmaschinenmarketing (SEA)

- Akzeptanz und Formen von Online-Werbung
- Targeting und Relevanz
- Suchmaschinenwerbung (SEA)

Social Media Marketing

- Social-Media-Strategie
- Social Media Monitoring & Analytics
- Social Media Content
- Community und Reputation Management
- Krisenkommunikation
- Netiquette
- Social-Media-Matrix

E-Mail Marketing

- Planung einer E-Mail-Kampagne
- Erfolgsmessung
- Automatisierte E-Mails
- Trends im E-Mail Marketing

Affiliate Marketing

- Affiliate-Netzwerke
- Werbemittel im Affiliate Marketing
- Abrechnungsmodelle
- Trackingmethoden

Kennzahlen

- Zielableitung
- Quantitative und qualitative Kennzahlen

Neuromarketing

- Markenbedeutung
- Psychologie und Webseiten
- Entscheidungsfindung
- Praktische Ansätze
- Priming