

**Berufs-
begleitend
weiterbilden!**



Digital Analytics für B2C - OMR Deep Dive

Ein kurzer Überblick

In diesem OMR Deep Dive durchläufst du 6 Sessions:

1. Tracking-Technologien, Setup & Konzeption

Du verkaufst Produkte oder Dienstleistungen an Endkunden? Du hast eine Homepage, aber weißt noch nicht, ob das Tracking-Setup optimal ist? In dieser B2C Digital Analytics Session kümmern wir uns um dein Tracking-Setup und die Konzeption.

2. From Data to Decision B2C

Du hast für dein B2C-Unternehmen Digital Analytics Daten. Aber wie kommst du jetzt zu besseren Marketing-Entscheidungen? In dieser Session gehen wir gemeinsam vier konkrete Use-Cases durch.

3. Mehr Conversions mit Analytics

A/B Testing und multivariates Testing sind wichtige Aspekte der Analytics Arbeit. Denn man will ja nicht nur Daten anschauen, sondern auch ins Handeln kommen und Verbesserungen umsetzen. In dieser Session schauen wir, was gute A/B Test Setups sind und welche Tools man im B2C Kontext sinnvoll einsetzen kann.

4. B2C Marketing Analytics Q&A

Keine Frage ist so wichtig wie deine. Für diesen Slot schicken wir dir nach deiner Anmeldung zum Deep Dive einen Fragebogen zu, in dem du uns deine konkreten B2C Marketing- und Analytics Herausforderungen für dein Business mitteilen kannst. Auf diese Fragen gehen wir dann im Online-Seminar detailliert ein.

5. Der Kundenwert und Customer Lifetime Value im B2C

Der Customer Lifetime Value (CLV) bzw. Kundenwert hat sich in den vergangenen Jahren zu einer der entscheidenden Metriken in der Geschäfts- und Marketingsteuerung von B2C Unternehmen etabliert. Doch was genau

Kursnummer

BA-4205

Teilnahme

online

Beratung und Anmeldung

Telefon: 04161 5165-89

E-Mail: akademie@ibb.com

Die nächsten Starttermine

28.05.24 - 11.06.24

Trainingsdauer

6 Sessions à 70 Minuten

Teilnahmegebühr

ab 299,00€



Berufs- begleitend weiterbilden!



ist dieser CLV und woher kommt seine Bedeutung? Wie kann ich den CLV berechnen und sinnvoll in Marketing- & Sales-Maßnahmen einbeziehen?

6. Rechtliche Spielregeln beim Analytics Tracking

Ist das alles auch erlaubt? Nils erklärt dir anhand vieler Beispiele, wie dein Consent-Banner aussehen sollte und wie du ganz auf Consents verzichten kannst. Anschließend ist ausreichend Zeit für deine Fragen im Legal Q&A.

Nutze bei deiner Anmeldung den Code IBB10 und spare 10 %!

Kursinhalte

Tracking-Technologien, Setup & Konzeption

- Web Analytics Tools: Welche gibt es und wie findet man das Beste für B2C Unternehmen?'
- Serverseitiges Tracking: Wie funktioniert es und wie implementiert man es? Wann sollte man es einsetzen?
- Tracking anreichern: Custom Dimensions kreativ nutzen
- Unterschiedliche Datenquellen verbinden: Social Media, Web Analytics und CRM Daten gemeinsam analysieren

From Data to Decision B2C

- Wie viel Umsatz bringen die Marketing-Maßnahmen? Marketing-Investitionen gegen Geschäftsziele messen, analysieren und richtig interpretieren
- Schritt für Schritt zum besseren digitalen Produkt: User Experience durch Product Analytics, A/B-Tests und Personalisierung verbessern
- Content Analytics: Wie erkenne ich, welche Inhalte die Nutzer interessieren?
- Beyond Web Analytics: Typische Analysen von B2C-KPIs aus mehreren Datenquellen in BI-Systemen

Mehr Conversions mit Analytics

- Was sind gute A/B Test Setups?
- Welche Tools kann man im B2C Kontext sinnvoll einsetzen?
- Conversion Rate Optimierungen konzipieren, umsetzen und die Daten



Berufs- begleitend weiterbilden!



interpretieren

B2C Marketing Analytics Q&A

- Bearbeitung deiner persönlichen konkreten B2C Marketing- und Analytics Herausforderungen für dein Business aus dem Fragebogen, den du nach der Anmeldung erhältst

Der Kundenwert und Customer Lifetime Value im B2C

- Was ist der Customer Lifetime Value und warum ist er essenziell?
- Wie berechne ich den Customer Lifetime Value im B2C?
- Wie wende ich den Customer Lifetime Value sinnvoll im B2C an?

Rechtliche Spielregeln beim Analytics Tracking

- Rechtliche Anforderungen bei der Verbindung verschiedener Datenquellen (z.B. Kundendatenbank mit Analytics-Daten)
- Worauf ist beim Cookie-Consent-Banner zu achten? Umgang mit Consent-Management-Plattformen
- Datenschutzeinstellungen bei GA4
- Rechtliche Besonderheiten beim serverseitigen Tracking
- Risiken im B2C-Bereich durch Abmahnungen & Bußgelder
- Deine Fragen: Legal Q&A

Teilnahmevoraussetzungen

Die OMR Deep Dive Online-Seminarreihe ist eine Vertiefung. Sie ist genau richtig für dich, wenn du schon seit 1-2 Jahren oder mehr im Bereich Digital Analytics tätig bist. Dein Erfahrungsschatz ist somit fortgeschritten, du bist mit den Basics vertraut und möchtest gerne tiefer in einzelne Teilbereiche einsteigen.

Allen Interessierten stehen wir in einem persönlichen Gespräch zur Abklärung ihrer individuellen Teilnahmevoraussetzungen zur Verfügung.

Zielgruppe

In dieser Reihe legen wir den Fokus auf B2C im Non-E-Commerce Bereich.

Berufs-
begleitend
weiterbilden!

Du kannst aber natürlich trotzdem teilnehmenden, wenn du im B2B-Bereich beheimatet bist und/oder einen E-Commerce-Fokus hast. Aber die Fragestellungen und Beispiele unserer Expert werden aus dem B2C-Bereich kommen.

Ihre Vorteile

Seminarunterlagen als PDF
Teilnahme-Zertifikat
Bequeme Online-Teilnahme





Herausgeber:

IBB Institut für Berufliche Bildung AG
Bebelstr. 40
21614 Buxtehude

Telefon: 04161 5165-89
E-Mail: akademie@ibb.com

Vorstand
Katrin Witte (Vorsitz)
Lea Tornow
Sabine Ulrichs

Aufsichtsratsvorsitzende
Sigrid Baumann-Tornow

-  [ibb.weiterbildung](https://www.instagram.com/ibb.weiterbildung)
-  [IBB_AG](https://twitter.com/IBB_AG)
-  [pages/ibbbusinessakademie](https://www.facebook.com/pages/ibbbusinessakademie)
-  [company/ibb-business-akademie](https://www.linkedin.com/company/ibb-business-akademie)

