

Advanced Google Marketing

Lernbereich: Online Marketing Business

Moduldauer: 5 Wochen in Vollzeit, 10 Wochen in Teilzeit

Relevanz: Keyword-Recherche, Erstellen, Optimieren und Tracken von Kampagnen und Funktionen von Google Ads und Google Analytics.

Zielgruppe:

Das Modul vermittelt grundlegendes Überblickswissen über daten- und kennzahlenbasierte Strategieentwicklung & Kampagnenoptimierung auf höherem Niveau, daher richtet es sich vor allem an Menschen mit Berufserfahrung im Marketingbereich oder mit theoretischen Vorkenntnissen aus Ausbildung, Studium oder Weiterbildung.



schneller Kursstart



individuelles Angebot



fachspezifische Tools



praktische Vertiefung



mit Zertifikat

Sofortberatung:

0800 – 376 55 37

Montag – Freitag: 8 – 18 Uhr

Kurzbeschreibung:

Du lernst die Google Tools für das Search Engine Advertising (SEA) kennen. Dabei geht es neben der Keyword-Recherche an das Erstellen, Optimieren und Tracken von Kampagnen auch um den konkreten Aufbau und die Funktionsweise von

Google Ads. Zudem lernst du den sinnvollen Einsatz der Daten auf Google Analytics.

Berufliche Perspektiven:

Sowohl in den Marketingabteilungen von Unternehmen sämtlicher Branchen als auch in Werbeagenturen, Start-ups oder NGOs werden entsprechende Kampagnenmanager*innen gezielt gesucht. Dabei gibt es zum einen das eher generalistische Berufsbild SEA Manager*in,

Data Analyst im Online oder Digital Marketing, aber auch Positionen wie Data Engineer, zum anderen aber auch spezifischere Positionen wie beispielsweise Performance Marketing Manager*in.

Modulinhalte:

Keywords & Grundlagen	Google-Konto, Kampagnentypen, Keyword-Planer, Auswahl von passenden Keywords
Erstellen von Google-Ads-Kampagnen	Erstellung von Kampagnentypen und Anzeigenformaten, Targetingoptionen bei Google Ads, erfolgreiche Werbeanzeigen auf Google Gebotsstrategien und das optimale Werbebudget
Mobile First & Kampagnen	Google-Ads-Oberfläche, Verwaltung des Google Kontos, „Mobile first“ Strategieentwicklung und Anzeigenerstellung, grundsätzliche Tipps beim Erstellen mobiler Kampagnen
Tracking & Optimierung	Conversion-Tracking-Methoden, Kennzahlen bei Tracking und Optimierung, Qualitätsfaktoren bei der Optimierung von Kampagnen und Anzeigen generelle Optimierungstipps
Google Analytics	Google-Konto und Benutzeroberfläche, Schnittstellen von Google Analytics und Google Ads, Wissens- und Datenmanagement, Datenanalyse und Monitoring mit Google Analytics, Kampagnenoptimierung