

Web Analytics Workshops

Web Analytics Workshops für Unternehmen

Fast jede Unternehmenswebsite ist mit einem Web Analyse Tool ausgestattet, um die Nutzung sowie den Erfolg der Internetpräsenz auszuwerten und auf dieser Grundlage die User Experience (UX) der Besucher optimieren zu können. Marktführer und mit Abstand am weitesten verbreitet, ist das kostenlose [Google Analytics](#). Ein Großteil deutscher Unternehmen hat es installiert, aber nur die wenigsten Anwender nutzen es effizient. Oft ist Analytics nicht datenschutzkonform eingerichtet, es wird nur ein Bruchteil des Potenzials ausgeschöpft und die wirklich relevanten Daten gar nicht erst erhoben.

Egal ob Sie Ihre Mitarbeiter und Kollegen an das Thema Google Analytics heranführen möchten oder gezielt für die Web Analyse schulen wollen – unsere erfahrenen und von Google in allen Bereichen von Analytics zertifizierten Coaches zeigen Ihnen wie es richtig geht. Auch für den professionellen Einsatz des [Google Tag Managers](#) sind wir Ihr richtiger Ansprechpartner und bieten Schulungen mit unseren zertifizierten Experten an. Sowohl für Anfänger als auch für Fortgeschrittene, sowohl für kleine als auch für große Gruppen, sowohl in unserem Schulungszentrum in Frankfurt am Main als auch in Ihren Räumlichkeiten. Wir stimmen unsere Workshop Module individuell und gezielt mit Ihrem Wissensstand und auf Ihre Bedürfnisse ab.

<https://isemo.de/#kontakt>

Google Analytics Schulungen für Anfänger

In unseren Google Analytics Workshops für Anfänger verhelfen wir den Teilnehmern zu einem leichten Einstieg in die Welt der Web Analyse. Sie lernen die korrekte und datenschutzkonforme Integration des Tools sowie alle grundlegenden Funktionen im Detail kennen, werden genau über alle wichtigen Fachbegriffe aufgeklärt, erfahren alles über mögliche Stolperfallen und bekommen natürlich auch zahlreiche Insights sowie Best Practices aus unserer langjährigen Erfahrung als Google Partner Agentur mit auf den Weg. Praxisnah, ganzheitlich und leicht verständlich. Dabei haben wir immer ein offenes Ohr für individuelle Fragen, denn unsere Coaches halten keine langweiligen Monologe, sie fördern eine anregende Gesprächsrunde.



Nach dem Google Analytics Workshop für Anfänger können Sie u.a. folgende Fragen beantworten:

- Wie funktioniert Google Analytics?
- Wie nutze ich Google Analytics datenschutzkonform?
- Wie und wo binde ich den Google Analytics Tracking Code auf meiner Website ein?
- Wie erstelle ich eine Sicherheitskopie meiner Daten?
- Welche Daten und Einstellungen finde ich unter den verschiedenen Analytics Menüs und Rubriken?
- Welche Grundeinstellungen sollte ich unbedingt vornehmen?
- Welche Fachbegriffe muss ich für den Umgang mit Analytics kennen?
- Was ist die Bounce Rate bzw. die Absprungrate?

- Welche Analytics Daten sind für mein Unternehmen am wertvollsten?

- Wie interpretiere ich die Website Daten richtig?
- Was ist der Unterschied zwischen Sitzungen und Besuchern?
- Wie analysiere ich die Customer Journey?
- Welche Funktionen sind für Online Shops von besonderem Interesse?
- Wie kann ich Spam aus meinen Analytics Daten herausfiltern?
- Wie richte ich Analytics Zugänge für Mitarbeiter und Kollegen ein?
- Wie verknüpfe ich Analytics mit anderen Google Tools wie [AdWords](#) oder der [Search Console](#)?

Google Analytics Schulungen für Fortgeschrittene

In unseren Google Analytics Workshops für Fortgeschrittene gehen unsere zertifizierten Coaches tiefer auf die verschiedenen Funktionalitäten einer effektiven Datenanalyse ein. Die Einrichtung von Zielvorhaben, die Erstellung von Segmenten, Dashboards und benutzerdefinierten Kampagnen, das Anlegen von Zielgruppen oder die Integration des [E-Commerce Trackings](#) sind nur einige der Kernthemen. Dabei werden die Workshops im Vorfeld immer individuell konzeptioniert und die Agenda auf die Wünsche sowie besonderen Herausforderungen der Teilnehmer angepasst.



Nach dem Google Analytics Workshop für Fortgeschrittene können Sie u.a. folgende Fragen beantworten:

- Was sind die Best Practices bei der Datenanalyse?
- Was sind Google Analytics Zielvorhaben?
- Wie erstelle ich Zielvorhaben?
- Wie importiere ich Analytics Zielvorhaben in Google AdWords?
- Warum unterscheiden sich meine Daten in Analytics und AdWords?
- Wie erstelle ich Reporting Dashboards?
- Wie richte ich automatische E-Mail Warnmeldungen für Google Analytics ein?
- Wie schließe ich internen Traffic von meiner Website aus?
- Was ist bei der Verweis-Ausschlussliste zu beachten?
- Worauf muss ich bei den Remarketing Einstellungen achten?
- Wie lege ich Zielgruppen an?
- Wie importiere ich meine Zielgruppen in Google AdWords?
- Was sind Attributionsmodelle und welche sollte ich anlegen?
- Wie und zu welchem Zweck erstelle ich in Analytics Segmente?
- Wie und warum erstelle ich benutzerdefinierte Kampagnen?
- Warum ist die Verknüpfung von Analytics mit der Google Search Console problematisch?

Google Tag Manager Schulungen für Anfänger

Mit dem Einsatz des Google Tag Managers kann Ihre Marketing Abteilung, ohne über große Programmierkenntnisse verfügen zu müssen, das Tracking Ihrer Website selbst bearbeiten, ausbauen und optimieren. Damit entlasten Sie Ihre IT, verringern Arbeitsaufwände sowie Prozesse und verbessern unter anderem die Ladegeschwindigkeit Ihrer Website. Mit den Google Tag Manager Workshops für Anfänger bieten wir einen optimalen Einstieg in das starke Tracking Tool. Unsere zertifizierten Experten führen die Teilnehmer praxisorientiert in alle Grundfunktionen ein, so dass anschließend bereits selbstständig mit dem Tag Manager gearbeitet werden kann.



Nach dem Google Tag Manager Workshop für Anfänger können Sie u.a. folgende Fragen beantworten:

- Wie funktioniert der Google Tag Manager?
- Wie binde ich den Google Tag Manager auf meiner Website ein?
- Worauf muss ich bei der Integration des Tag Managers auf meiner Website achten?
- Was ist ein Google Tag Manager Container?
- Wie richte ich den Google Tag Manager Container ein?
- Was ist ein Tag?
- Wie richte ich ein Tag im Tag Manager ein?
- Was ist ein Trigger?
- Wie richte ich ein Trigger im Tag Manager ein?
- Was sind die Variablen im Google Tag Manager?
- Welche Grundeinstellungen sollte ich im Tag Manager vornehmen?
- Wie gewährleiste ich den Datenschutz mit dem Tag Manager?
- Wie verknüpfe ich Google Analytics mit dem Tag Manager?
- Wie funktioniert das Event Tracking mit dem Tag Manager?
- Wie funktioniert der Vorschaumodus / Debug Modus im Tag Manager?
- Was ist ein Data Layer?

Google Tag Manager Schulungen für Fortgeschrittene

Im Fortgeschrittenenkurs des Google Tag Managers gehen unsere zertifizierten Coaches auf komplexere Themen des Event Trackings ein. Wir zeigen den Teilnehmern, anhand von zahlreichen Praxisbeispielen, wie sie wertvolle Aktivitäten von Besuchern auf der Website messen können, welche standardmäßig von Google Analytics nicht erfasst werden. Darunter das Ausfüllen von Formularen, das Erreichen einer Mindestbesuchsdauer, der Download von Dokumenten, das Ansehen von Videos, das Scrollen auf der Seite, das Anklicken von CTA Buttons oder die Interaktion mit Dropdown Elementen. Natürlich gehört auch die Einrichtung des E-Commerce Trackings zu den Kernthemen des Workshops, welche im Vorfeld immer individuell auf die Wünsche der Teilnehmer zugeschnitten werden.



Nach dem Google Tag Manager Workshop für Fortgeschrittene können Sie u.a. folgende Fragen beantworten:

- Wie richte ich Events zum Tracken von CTA Buttons ein?
- Wie richte ich einen Event zum Tracken von Formulareingaben ein?
- Wie richte ich Events zum Tracken von interaktiven Elementen auf meiner Website ein?
- Wie richte ich das E-Commerce Tracking über den Google Tag Manager ein?
- Wie richte ich einen Event zum Tracken von Downloads ein?
- Wie hinterlege ich das Facebook Pixel über den Tag Manager auf meiner Website?
- Wie integriere ich Tracking Pixel von Display oder Affiliate Partnern mit dem Tag Manager auf meiner Website?
- Welche zusätzlichen Variablen sollten zum erweiterten Tracking angelegt werden?
- Wie kann ich messen, ob und wie meine interne Suche genutzt wird?
- Wie richte ich einen Event zum Tracken von Outbound Links ein?
- Wie richte ich einen Event ein, um den Verbleib über eine Mindestbesuchsdauer als wertvolle Handlung zu definieren?
- Wie richte ich Events ein, um zu erfahren, ob und wie lange meine Videos angesehen wurden?
- Wie richte ich einen Event ein, um herauszufinden, wie tief meine Besucher auf der Website gescrollt haben?
- Wie kann ich überprüfen, ob alle meine Events korrekt funktionieren?
- Wie funktioniert der Google Tag Assistent?
- Wie kann ich über den Google Tag Manager Rich Snippets bzw. Featured Snippets auf meiner Website einbauen?

Weitere Themen aus dem Bereich von Web Analytics:

- [Google Analytics](#)
- [E-Commerce Tracking](#)
- [Conversion Optimierung](#)
- [Google Tag Manager](#)
- [Benchmark Analyse](#)
- [Potenzial Analyse](#)