

Seminar: Onlinemarketing für den E-Commerce

Marketing-Kampagnen online messen, optimieren und profitabel machen

Buchungscode
MV111

Der E-Commerce verzeichnet derzeit ein jährliches Wachstum von 15% – doch immer mehr E-Commerce-Betreiber bleiben auf der Strecke. An welchen Stellschrauben können Shop-Betreiber drehen, um ihr Geschäft positiv zu entwickeln?

Ziele / Nutzen

In diesem Seminar werden Sie befähigt, eCommerce-Maßnahmen kriteriengeleitet zu beurteilen. Sie können insbesondere...

- Marketingmaßnahmen entwickeln und durchführen, die sich am ROI messen lassen
- geeignete Einzelmaßnahmen für spezifische Kundensegmente entwickeln und analysieren
- Kommunikationskanäle auf Ihre spezifischen Kundensegmente abstimmen

Termine

20.04.2016	Göttingen	450,00 EUR*	› Buchen
10.11.2016	Göttingen	450,00 EUR*	› Buchen

* Alle Preise zzgl. USt.

[› Kein passender Termin dabei?](#)

Inhalte des Seminars Onlinemarketing für den E-Commerce

E-Commerce - Standortbestimmung

Märkte und Marktvolumen

Zielgruppen im E-Commerce

Zukünftige Relevanz des E-Commerce

Prämissen und Perspektiven

E-Commerce für Dienstleistungen?

Shop-Konzeption

Wettbewerbsanalyse: Welche Nischen sind von der Konkurrenz nicht besetzt?

Sortimentsgestaltung / Kategorisierung und entsprechende Landingpages

Berücksichtigung SEO-relevanter technischer Funktionalitäten der Shop-Software

Artikelpflege für große Sortimente dank PIM

Produktinformations-Management-Systeme zwischen Warenwirtschaft und Shop

Produktinformationsmanagement (PIM) als Basis für Multichannel-Nutzung

Fortgeschrittene Marketing-Kampagnen: Trigger statt Empfängerliste

Automatisierte Multichannel-Kampagnen auf Basis Ihrer E-Commerce-Kundendaten

Zielführend: Ansprache des Kunden mit der richtigen Botschaft zur richtigen Zeit über den richtigen Kanal

Google Shopping

Einrichtung

Optimierung

Rentabilität

AdWords für Fortgeschrittene

Re-Marketing-Strategien

Kampagnentypen

Anzeigenschaltung auf Basis komplexer Re-Marketing-Listen

Dynamische Schaltung und Gebote auf Basis von automatisierten Regeln

Kampagnenbudgets anhand des Return on Invest aussteuern

Web-Analytics und Conversion Tracking

Einsatz des Google Tag Managers

Conversion Tracking

Die Weg des Kunden: Cross-Device-Tracking

Channel-Analyse

Die besten Lernergebnisse werden erzielt, wenn Sie über grundlegende Kenntnisse über Onlinedienste verfügen und ein eigenes Notebook mit entsprechender Software (Browser, z. B. Internet Explorer, Firefox, Google Chrome) zum Workshop mitbringen, um vorbereitete Übungen selbstständig online zu bearbeiten.

Weitere Seminarinformationen

Teilnehmerkreis

Marketing-Verantwortliche und Geschäftsführer kleiner und mittelständischer Unternehmen, die Ihre Website konsequent zu einem Marketinginstrument ausbauen und den Anteil onlinebasierter Umsätze erhöhen wollen

Methodik

Mix aus Vortrag, Übung und Fachdiskussion; jeder Themenblock wird theoretisch fundiert und mit Praxisbeispielen illustriert vermittelt – gern auch auf Basis von Websites der Teilnehmer, Einbindung Ihrer Wünsche und Problemstellungen in das Seminar durch schriftliche Vorabbefragung

Abschluss

Teilnahme-Zertifikat der mtec-akademie an der PFH Private Hochschule Göttingen

Trainer› [Dipl.-Sozw. André Reiß](#)**Seminarzeiten**

9:00 – ca. 17:00 Uhr

Teilnehmerzahl

max. 12

Teilnahmegebühr

450 € zzgl. USt.

Dauer

1 Tag

Inklusivleistungen

Schulungsordner mit umfangreichen Seminarunterlagen, Pausengetränke, Mittagessen, Teilnahme-Zertifikat inkl. Dokumentation der Seminarinhalte

Termine

20.04.2016	Göttingen	450,00 EUR*	› Buchen
10.11.2016	Göttingen	450,00 EUR*	› Buchen

* Alle Preise zzgl. USt.

› *Kein passender Termin dabei?***Wissenswertes zum Thema
Onlinemarketing**

- › Was ist eigentlich... Onlinemarketing?
- › Was ist eigentlich... Neuromarketing?

**Weitere Seminarempfehlungen zu
Onlinemarketing für den
E-Commerce**

- › Onlinemarketing für KMU