



Lehrinhalt

Geprüfter Online Marketing Manager/-in IHK

1 Grundlagen der Webentwicklung

- Einführung

2 Online Marketing - Faktoren für Websites

- Nutzerfreundlichkeit: Web Usability und Mobile Websites
- Kriterien für einen perfekten Webauftritt
- Mobile Marketing, mobile Apps, Bannerwerbung, Affiliate Marketing, Funktionsprinzipien und Trackingmethoden
- Provisionsmodelle, Werbenetzwerke

3 SEO - OnPage und OffPage

- Begriffsdefinitionen Suchmaschinenoptimierung
- Abgrenzung SEO OnPage - SEO OffPage , Keyword Recherche
- Strukturen, Content Optimierung, SEO, Linkbuilding
- Methoden und Techniken für den Linkaufbau, SEO Tools, Webseitenanalyse

4 Online Anzeigen - Social Media Advertising

- Einführung in Social Media Advertising
- Social Media Ads, Werbemanagement Tools
- Werbemöglichkeiten und Kampagnen/Paid
- Content, Targeting, Reichweite, Monitoring/Steuerung
- Auswerten der Werbemaßnahmen Effizienz

5 SEA - Google Ads und Google AdSense

- Grundlagen Google Ads, Konto anlegen, Bedienung
- Kampagnen und Anzeigen über Google Ads
- Websitebesucher gewinnen, Onlineverkäufe steigern u.a.m.
- Kennzahlen und Begriffe, Abrechnungsmodelle
- Definition Google AdSense, Netzwerke

6 Direktmarketing – e Mail-Marketing und Newsletter

- Newsletter-Marketing / Software
- Anmeldung, Adressverwaltung und Datenschutz
- Double-Opt-In, Einwilligung und Möglichkeit des Abbestellens
- Impressumspflicht, Gestaltung, Design, Versandzeitpunkt, Datenschutz
- Rechtssicheres e Mail-Marketing, Newsletter in Webpräsenz

7 Webcontrolling: Google Analytics und Google Search Console

- Webcontrolling Grundlagen, Instrumente
- Analytics in der Praxis, Erfolgsmessung, Ziele, Methoden, Mittel
- Verfahren zur Datensammlung und Trackingmethoden
- Analyse des Besuchers, Google Search Console /Search Console
- Interpretation und Auswertung der Daten, Analyse Tools

8 Prüfung/Hausaufgabe