



Online Marketing mit Zertifikats- oder Diplom- abschluss WZR



Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

Digitales Marketing

Die Teilnehmenden

- ✓ können diverse Marketingbegriffe erklären.
- ✓ definieren und zeichnen das Marktsystem für eine Beispielunternehmen auf.
- ✓ können alle relevanten Marktteilnehmer aufzählen.
- ✓ verstehen das Digitale Marketing als Ergänzung zum klassischen Marketing und zum Dienstleistungsmarketing.
- ✓ beschreiben das Standard-Dominanz-Modell und wenden dieses an.
- ✓ können ein Marketingkonzept und eine SWOT-Analyse erstellen.
- ✓ unterscheiden ökonomische und psychologische Ziele.
- ✓ beschreiben die verschiedenen Wachstumsstrategien nach Ansoff.
- ✓ können einen Massnahmenplan sowie ein Grobbudget erstellen.
- ✓ können die Vorgabe des Lotteriegesetzes und des UWG erklären.
- ✓ schlagen ein Kommunikationskonzept vor.
- ✓ können eine Fallstudie selbständig lösen und die besprochenen Themen fallbezogen gestalten.

Themeninhalte

- Marketing, Definition und Begriffe
- Marktsystem nach Kühn
- Unternehmen, Konkurrenz, Zwischenhandel und Endkunden
- interne und externe Beeinflusser
- Umfeldfaktoren, Vertriebswege
- Segmente und Teilmärkte
- Marketing- und Dienstleistungsmix
- Marketingkonzept
- Kommunikationsrecht
- Kommunikationskonzept
- Fallbeispiele
- Instrumente des digitalen Marketings
- Customer Journey und Touchpoint Management
- Gesellschaftsentwicklung

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

Webkonzeption/-planung, Webdesign

Die Teilnehmenden

- ✓ erkennen die Wichtigkeit einer Website im Kommunikations-Mix.
- ✓ wissen, was gute Ziele für eine Website sind und können diese formulieren.
- ✓ wissen, wie sie eine Zielgruppe für ihre Website definieren können.
- ✓ kennen den Unterschied von Informationsarchitektur und Navigation.
- ✓ kennen die Wichtigkeit von audiovisuellen Medien auf einer Website.
- ✓ kennen Faustregeln für leserfreundliches Schreiben im Web.
- ✓ kennen die Grundzüge der Geschichte des Webdesigns.
- ✓ kennen Wireframes und können diese selber zeichnen.

Themeninhalte

- Webkonzeption/-planung
- Ziele und Zielgruppen
- Webdesign
- Skizzen, Wireframes und Prototyping

Content Marketing

Die Teilnehmenden

- ✓ erkennen die Wichtigkeit einer Website im Kommunikations-Mix.
- ✓ wissen, was gute Ziele für eine Website sind und können diese formulieren.
- ✓ wissen, wie sie eine Zielgruppe für ihre Website definieren können.
- ✓ kennen den Unterschied von Informationsarchitektur und Navigation.
- ✓ kennen die Wichtigkeit von audiovisuellen Medien auf einer Website.
- ✓ kennen Faustregeln für leserfreundliches Schreiben im Web.
- ✓ kennen die Grundzüge der Geschichte des Webdesigns.
- ✓ kennen Wireframes und können diese selber zeichnen.

Themeninhalte

- Redaktionsplanung erstellen
- Inhalte auf Zielgruppen und der eigenen Unternehmung anpassen
- Content-Planung
- Erstellung und Verbreitung der Planung

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

Suchmaschinenoptimierung und -werbung

Die Teilnehmenden

- ✓ kennen die Ziele und Bedeutungen von SEO.
- ✓ können die Relevanz der wichtigsten Suchmaschinen einschätzen.
- ✓ kennen die Handlungsfelder von SEO.
- ✓ können die einfachste Keyword-Recherche und Inhaltsoptimierungen durchführen.
- ✓ verstehen die strategischen Grundlagen für Suchmaschinenmarketing.
- ✓ können einfache Kampagnen selbst aufbauen.
- ✓ verstehen die Zielgruppen und können diese selbst definieren.
- ✓ kennen das Auktionsmodell von Google.
- ✓ kennen wichtige Metriken im SEA und werten diese aus.

Themeninhalte

- Begriffe
- Ziele
- Bedeutung
- Suchmaschinenoptimierung
- Suchmaschinenwerbung

Online-Werbung

Die Teilnehmenden

- ✓ können die verschiedenen Begriffe rund um Online Werbung, wie Display Werbung, Bannerwerbung, Programmatic Advertising etc. einordnen.
- ✓ kennen die gängigen Abkürzungen CPM, CPC, CPA, CPL.
- ✓ verstehen den Aufbau von Online Werbung.
- ✓ verstehen die Landingpages und wissen, worauf man bei deren Einsatz achten muss.

Themeninhalte

- Begriffserklärung
- Einordnung
- Vor- und Nachteile
- Preis- und Bezahlmodelle
- Landingpages
- Wozu, Wer, Wie, Wann und Wo?

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

E-Mail Marketing

Die Teilnehmenden

- ✓ wissen, worauf es beim Anmeldeverfahren im E-Mail Marketing ankommt.
- ✓ kennen die Punkte, die es bei Gestaltung und Layout zu beachten gibt.
- ✓ kennen die gängigen Kennzahlen im E-Mail Marketing.

Themeninhalte

- Einsatzmöglichkeiten
- Typen
- An- und Abmeldeverfahren
- Aufbau des Adressstamms
- Gestaltung und Layout
- Gliederung
- Pflichtinhalte

Social Media Marketing

Die Teilnehmenden

- ✓ erkennen den Stellenwert von Social Media im Kommunikations-Mix.
- ✓ kennen die wichtigsten Social-Media-Plattformen und können diese im Marketing zielgerichtet einsetzen.
- ✓ kennen die Vor- und Nachteile im Social-Media und können diese für ihr Unternehmen einschätzen.

Themeninhalte

- Erfolgsfaktoren
- Plattformen und Zielgruppen
- Social-Media-Advertising
- Community-Management
- Monitoring, Automatisierung und Kennzahlen

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

E-Commerce

Die Teilnehmenden

- ✓ kennen den heutigen Handel.
- ✓ können die Grundbegriffe des Handels einordnen.
- ✓ kennen die Entwicklung und die Herausforderungen des E-Commerce.
- ✓ verstehen die Triebkräfte des Handels und deren Veränderer.
- ✓ verstehen den Unterschied von on- und offline Handel und welchen Impact die Verknüpfung mit sich bringt.
- ✓ kennen die Konsumenten und deren Ansprüche.

Themeninhalte

- Grundlagen
- Keywords und Instrumente
- Customer Journey und Touchpoint Management
- Möglichkeiten der Vernetzung
- Digital Marketing Massnahme
- Logistikkette des Handels
- Branchensegmente des Handels
- Payment-Anbindungen
- Nachhaltigkeit

Performance Marketing, Customer Journey

Die Teilnehmenden

- ✓ können die wichtigsten Begriffe verstehen und erklären.
- ✓ kennen die Vorteile und Herausforderungen von Customer Journey.
- ✓ wissen, worum es beim Online Controlling geht und was dabei wichtig ist.
- ✓ kennen einen möglichen Ablauf zur Erstellung von Personas und Customer Journeys.
- ✓ verstehen einen möglichen Ablauf zur Erstellung einer Performance Marketing Strategie.
- ✓ kennen den Einsatz von Web Analytics anhand eines möglichen Ablaufs.

Themeninhalte

- die Customer Journey – Kundenreise
- Performance Marketing
- Online Controlling
- Web Analytics

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

Datenschutz

Die Teilnehmenden

- ✓ kennen die rechtlichen Rahmenbedingungen im Umgang mit Datenschutz und Persönlichkeitsschutz und können sie erläutern.
- ✓ können erklären, was eine Persönlichkeitsverletzung darstellt.
- ✓ sind in der Lage zu erklären, wann die DSGVO zur Anwendung kommt und was die Konsequenzen bei Verstößen gegen die DSGVO sind.
- ✓ können den rechtlichen Rahmen von Cookies und Newslettern zu erklären.
- ✓ können den rechtlichen Rahmen bezüglich korrekter urheberrechtlicher Verwendung von Bildern bei der Online-Benutzung erklären.

Themeninhalte

- Persönlichkeitsrechte
- Datenschutz in der Schweiz
- DSGVO und Bedeutung davon im Online Marketing
- Cookies und Newsletter im rechtlichen Umfeld
- Rechtlich korrekte Bildverwendung im Onlinebereich

Mobile Apps

Die Teilnehmenden

- ✓ kennen die Grundlagen über Mobile Apps.
- ✓ wissen, welche Programmiersprachen es für Mobile Apps gibt.
- ✓ kennen den Unterschied zwischen Native Apps, Webanwendungen und hybriden Anwendungen und wissen, welcher Entwicklungsansatz für ihr Unternehmen (oder Privat) geeignet ist.
- ✓ können einen Anforderungskatalog für eine App für ihr Unternehmen (oder Privat) erstellen.
- ✓ können einen Prototyp erstellen und wissen, worauf sie bei der Entwicklung eines Apps achten müssen.
- ✓ beherrschen die Grundlagen des Mobile Marketings.

Themeninhalte

- Einführung
- Entwicklung mobiler Anwendungen
- Server und Backend
- Anforderungen
- Prototyping

Inhalt und Lernziele Lehrgang Online Marketing

Trends und Entwicklungen, Internet of Things

Die Teilnehmenden

- ✓ kennen die aktuellen Trends.
- ✓ verstehen die Chancen und Gefahren.
- ✓ kennen die (Trend-) Treiber.
- ✓ verstehen die Innovationszyklen.

Themeninhalte

- Trendgrundlagen
- Innovationsmanagement
- Hype Cycles Interpretation
- Mindset & Wissensmanagement im Unternehmen
- Ethische Grundsätze in einer digitalorientierten Welt