LEITFADEN ABGEFRAGTES WISSEN:

DIGITAL MARKETING BASISZERTIFIKAT – DACH

DIGITAL MARKETING BASICS

Begriffe

- Coalition for better Ads
- Suchmaschine
- Unique Client
- Unique User
- Page Impression
- Ad Impression
- Programmatic Buying
- Ad Fraud

Kennzahlen

- CPM
- CPC

Marktteilnehmer und Rollenverteilung

- Ad Server
- Ad Blocker

Wertschöpfungskette

Überblick über Mediaagenturen

Online Advertising

Werbeformate

- Fullbanner
- Leaderboard
- Skyscraper
- Medium Ractangle

E-MaiL Marketing

Social-Media Marketing

Viewability

- iab Viewability Standard für Online-Banner
- Preismodelle

DIGITAL MARKETING CAMPAIGNS

Digital Strategie- und Planungsprozess

- Briefing
- Ziele und KPI´s
- Zielgruppe
- Unique Client
- Post View
- Strategie und Planung
- Medium / Budget / Laufzeit / Zielgruppe
- Conversion
- Cookie
- Targeting
- Retargeting
- Tracking

Einkaufsarten

Recht und Online-Werbung

GRUNDLAGEN PERFORMANCE MARKETING (INKL. E-MAIL-MARKETING)

Arten der Conversion

Abrechnungsmodelle

- CPC
- CPO
- Etc.

Technologie und Tracking

- DMP
- SSPE
- Etc.

Customer Journey

Reporting

Kampagnentracking

- Post Click Tracking
- A/B Testing
- Etc.

Performance Marketing Disziplinen

- Display Advertising
- Social Media Marketing
- E-Mail-Marketing
- Affiliate- Marketing
- Kooperationen / Spezial-Intergration

SEARCH ENGINE MARKETING (SEA/SEO)

Grundlagen

- Zielmarkt
- Gebotsbetrag
- Anzeigenqualität
- Anzeigenformate

Einstellungen und Kennziffern

- Höchstbetrag
- Gebote in Echtzeit
- Budgetkontrolle

Anzeigenposition & Auktionen

- Anzeigen und Anzeigenerweiterungen

Struktur Google und Ads Konto

Erstellung einer Google Ads Kampagne

Targeting – Keyword-Option

Anzeigentexte und Google Ads Richtlinien

SOCIAL MEDIA ADVERTISING

Plattformen

Ansätze und Strategien

- Zielgruppe
- Dialog und Austausch
- Etc.

Mobiles Storytelling

- Markenbotschafter
- Multiplikatoren
- Etc.

Live Stream

360° Content

- Aufmerksamkeit
- Markenaufbau
- Abverkauf
- Etc.

Chatbots

Community Management

- Kommentierung
- Verwendung des Mediums

Krisenkommunikation

- • Umgang mit Shitstorms

Mediaplanung / Mediennutzung

- Reichweite
- Traffic
- Etc.

Zielsetzung und KPI´s pro Kampagnenziel

- Conversion
- Campain
- Ad Set
- Ad

Zielgruppen

- Lookalike Audiences
- Custom Audiences
- Mitglieder bestimmter Gruppen

Zeitplan

Budgetplan

Werbemittelplan

Reporting

VIDEO

Marktüberblick

Reichweite und Nutzung

Video Werbeformate und KPI´s

- Bumper Ads
- Pre-Roll Ads
- Mid-Roll Ads
- In-Feed Ads
- Story Ads
- Instream-Formate
- Outsteam-Formate

Planung und Preise

Kreation und Werbewirkung

Werbenetzwerke und Anbieter

Zukunft und Trends

MOBILE ADVERTISING

Fakten zur Mobile-Verbreitung

- Globale Nutzung
- Steigendes Nutzungsverhalten

Geräte und Betriebssysteme

- Android
- iOS

Nutzungsmarkt

M-Commerce

- Nutzungsverhalten

Mobile Site und Apps

- App Store Optimization

Mobile Advertising – Display

Mobile Advertising – Richmedia

Mobile Advertising – Performance

Location Based Mobile Advertising

Mobile Advertising – Targeting und Tracking

WEBSITE MARKETING

Website als Marketing-Instrument

- Relevanz
- Inhalte
- Meta-Tags
- User Experience

SEO-Rankingfaktoren

- Ladegeschwindigkeit
- Headline
- Meta Title
- Page URL
- Alt Tags
- Navigation
- Backlinks
- Etc.

Keywords

- Keyword-Cluster

KPI-Definition / Ziele

- Organische Sichtbarkeit
- Conversion
- Keyword-Tracking
- Backlinks
- CTR
- Absprungrate
- Verweildauer
- Ladezeit

Optimierung von Landing Pages

- User Experience
- Content
- Web Analytics

SEO und Content Marketing