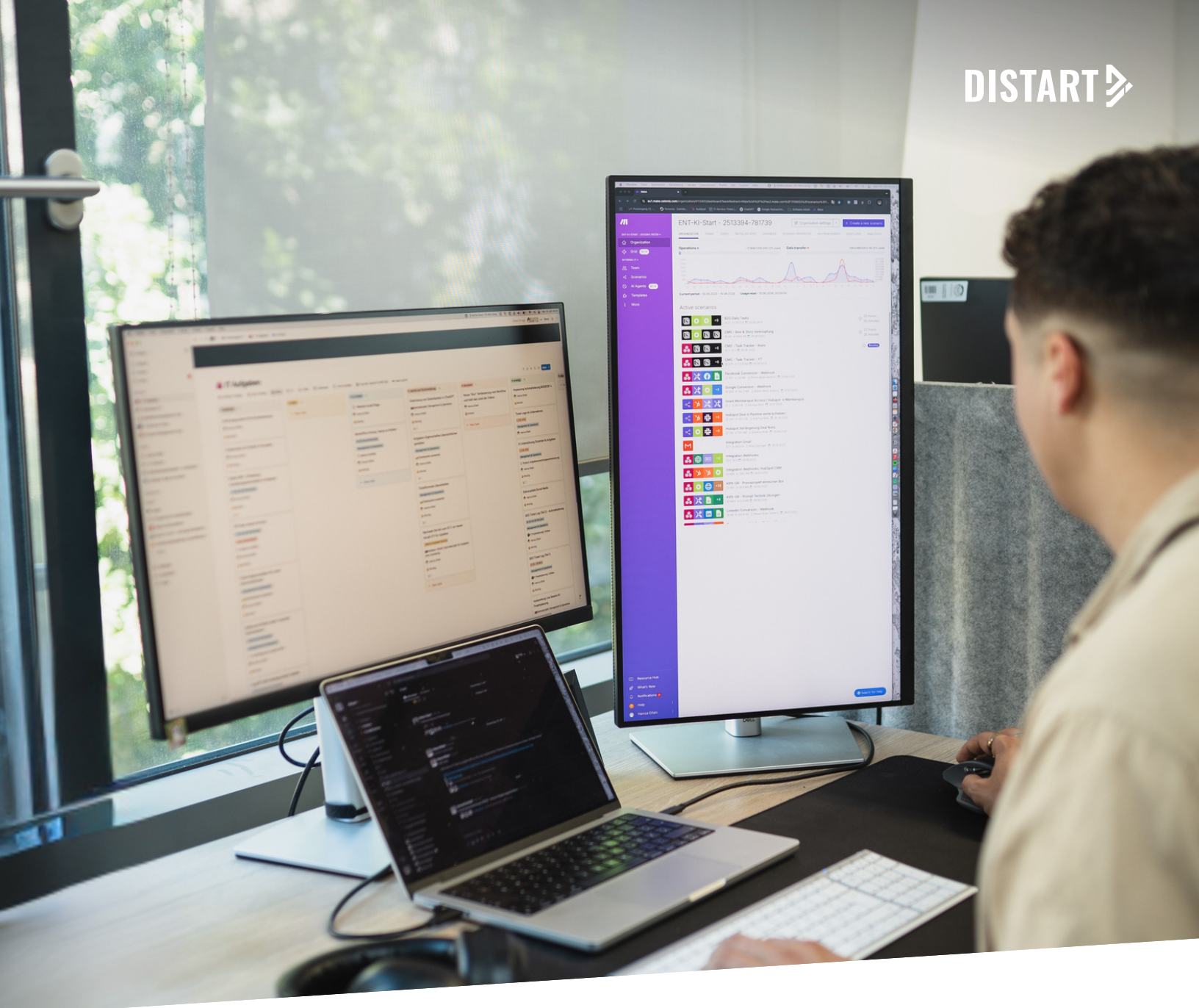




WEITERBILDUNG

TRACKING & DATA ANALYTICS

mit **DISTART** 



TRACKING & DATA ANALYTICS

INHALT DER WEITERBILDUNG

Tracking-Setups und **Datenanalysen** sind essenziell für **fundierte Entscheidungen** im digitalen Marketing. Durch den **gezielten Einsatz** von Tools lassen sich Nutzerverhalten, **Conversion-Pfade** und **Marketingeffizienz** datengestützt optimieren. Diese Weiterbildung vermittelt Teilnehmer:innen das **nötige Know-how** aus Online-Marketing, E-Commerce, CRM und Business Intelligence, um **Tracking professionell einzurichten**, **Reports** zu erstellen und **datenbasierte Strategien** abzuleiten. Dabei werden folgende **Kernkompetenzen** vermittelt:

- ▼ **Technische Einrichtung von Tracking-Systemen:** Implementierung von Google Analytics 4, Google Tag Manager, Event-Tracking und serverseitigem Tracking.
- ▼ **Datenqualität und -bereinigung:** Sicherstellung valider Datenbasis durch strukturierte Erfassung, Prüfung und Aufbereitung.
- ▼ **Analyse und Auswertung von Marketingdaten:** Customer-Journey-Analysen, Funnel-Tracking und Attributionsmodelle zur Ableitung von Optimierungspotenzial.
- ▼ **Einsatz von Künstlicher Intelligenz in der Analyse:** Automatisierte Datenauswertung, Predictive Metrics und Optimierung von Reports mit KI-gestützten Tools.

Das Modul umfasst **praxisorientierte Übungen**, **Lektionsprüfungen** sowie **Live-Q&A-Sessions**, um offene Fragen zu klären und erlernte Inhalte gezielt zu vertiefen. Teilnehmer:innen erhalten dadurch die nötigen **Kompetenzen**, um **Tracking-Setups professionell** umzusetzen und **datenbasierte Marketingentscheidungen** sicher in der **Praxis** anzuwenden.

DIE WICHTIGSTEN FAKTEN

 **Maßnahmennummer:** 075 / 367 / 25



Zeitlicher Aufwand

320 UE / 240 Zeitstunden
über einer Dauer von:
Teilzeit – 13 Wochen
Vollzeit – 7 Wochen



Abschluss

Anerkanntes **Arbeitsmarktzertifikat**: "Digitales Marketing, Management und KI: Tracking & Data Analytics im Online-Marketing"



Kosten

Dieses Modul kann bis zu **100 % gefördert** werden (z. B. über den Bildungsgutschein oder das Qualifizierungschancengesetz).

KUR SINHALTE

TRACKING & DATA ANALYTICS

EINFÜHRUNG & GRUNDLAGEN

Es werden **Grundlagen** der **Datenerhebung** im **digitalen Marketing** vermittelt und gelehrt, wie **Tracking** und **Datenanalyse** strategisch ineinandergreifen und welche **Tools** dafür eingesetzt werden.

TECHNISCHE EINRICHTUNG

Teilnehmer:innen lernen, wie sie **Tracking-Strukturen** professionell aufbauen: mit dem **Google Tag Manager**, **Event-Tracking** sowie passenden **Consent-Lösungen**. Auch das Setup für Plattformen wie Meta wird server- und clientseitig vertieft.

DATENAUFBEREITUNG & REPORTING

In diesem Abschnitt geht es um **Datenqualität**, API-Nutzung, den Export von **Datenquellen** und den Aufbau von **Reporting-Dashboards** in Looker Studio oder BigQuery – visuell ansprechend, zielgerichtet und auf Stakeholder abgestimmt.

DATENANALYSE & ATTRIBUTION

Ob **Customer Journey**, **Funnel** oder **Zielgruppenanalyse**: Teilnehmer:innen lernen, **Trackingdaten** sinnvoll zu interpretieren, **Nutzerverhalten** zu analysieren und relevante **Insights** zu gewinnen.

KI-GESTÜTZTE DATENAUSWERTUNG

Mit **KI-Tools** und **Machine-Learning-Modellen** lassen sich Auswertungen automatisieren und Reports beschleunigen. Ob **Lookalike Audiences** oder **Custom-JS-Generierung** per Prompt: Der **smarte KI-Einsatz** wird praxisnah vermittelt.

ABSCHLUSSPROJEKT

Teilnehmer:innen erstellen ein **umfassendes Analyseprojekt**, das inhaltlich prüfungsrelevant ist und **praxisnah** bewertet wird. Ziel ist ein **konkreter Report**, der Stakeholder-orientiert aufbereitet und **professionell** präsentiert wird.

PRÜFUNGSVORBEREITUNG & ABSCHLUSSPRÜFUNG

Wiederholung zentraler Inhalte zur Vorbereitung auf die **Abschlussprüfung** und den Erhalt des **Zertifikats** für einen **qualifizierten Abschluss**.

TRACKING IN DER PRAXIS



Ein E-Commerce-Unternehmen will die Performance seiner Marketingkanäle besser verstehen und datenbasierte Entscheidungen treffen. Dank eines professionellen Tracking-Setups, GA4-Integration und eigenen Dashboards kann die Customer Journey präzise analysiert und optimiert werden.

- **+38 % mehr Conversions** durch datenbasiertes Funnel-Tracking und gezielte Optimierungen im Checkout-Prozess.
- **Weniger Streuverluste** im **Werbudget** durch klar erkennbare Schwachstellenanalyse über Events & Attributionsmodelle.

Tracking & Datenanalysen zeigen, wie Unternehmen ihre Daten strategisch nutzen können – für transparente Erfolge, smartere Entscheidungen und nachhaltiges Wachstum.

