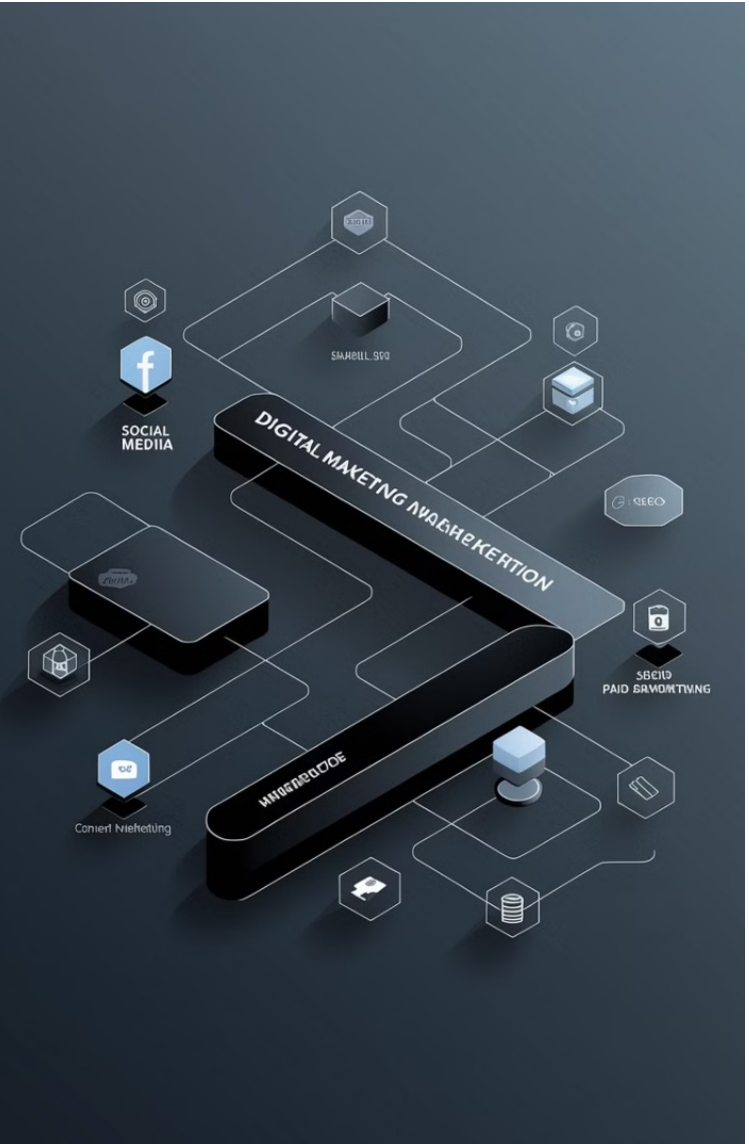
IHK-zertifizierter Marketing Manager Kurs

Willkommen zum umfassenden IHK-zertifizierten Marketing Manager Kurs. Dieser Lehrgang vermittelt fundierte Kenntnisse in den Bereichen Online-Marketing, E-Commerce und KI-gestützte Marketingtechnologien. Die Teilnehmer erwerben praktische Fähigkeiten und theoretisches Wissen, um in der digitalen Marketinglandschaft erfolgreich zu sein.

Der Kurs gliedert sich in drei Hauptmodule: Online-Marketing, E-Commerce und KI-Anwendungen. Jedes Modul beinhaltet sowohl theoretische Grundlagen als auch praktische Übungen und Projekte zur Vertiefung des Gelernten.



Marketing-Landschaft, Techniken und Konzepte

Grundlagen des Online-Marketings

Überblick über die digitale Marketing-Landschaft und wichtige Konzepte

Unterschiede zum traditionellen Marketing

Vergleich von digitalen und klassischen Marketingansätzen

Zielgruppenanalyse

Methoden zur Identifikation und Analyse relevanter Zielgruppen

Erstellung eines Marketingplans

Entwicklung strategischer Marketingkonzepte und -pläne

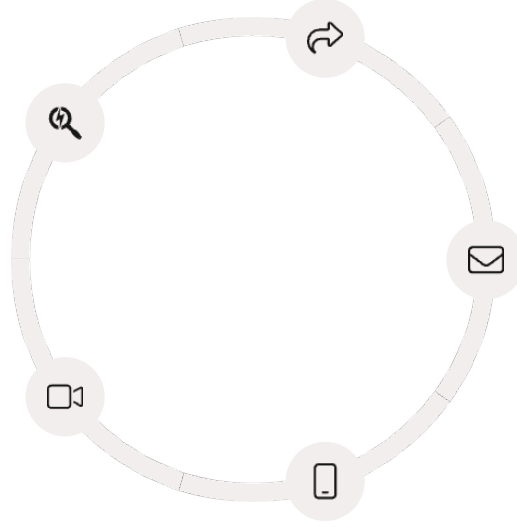
Digitale Marketingkanäle

Suchmaschinen

Google, Bing und andere Suchplattformen

Video

YouTube, Streaming und Webinare



Social Media

Facebook, Instagram, LinkedIn, TikTok

E-Mail

Newsletter und automatisierte Kampagnen

Mobile

Apps und mobile Websites

Grundlagen der Suchmaschinenoptimierung (SEO)

Keyword-Recherche

Identifikation relevanter Suchbegriffe und Analyse des Suchvolumens

On-Page-SEO

Optimierung von Content, Meta-Tags und Seitenstruktur

Off-Page-SEO

Linkbuilding-Strategien und Backlink-Aufbau

Technisches SEO

Ladegeschwindigkeit, mobile Optimierung und strukturierte Daten

SEO-Tools und Audits

Analytics-Tools

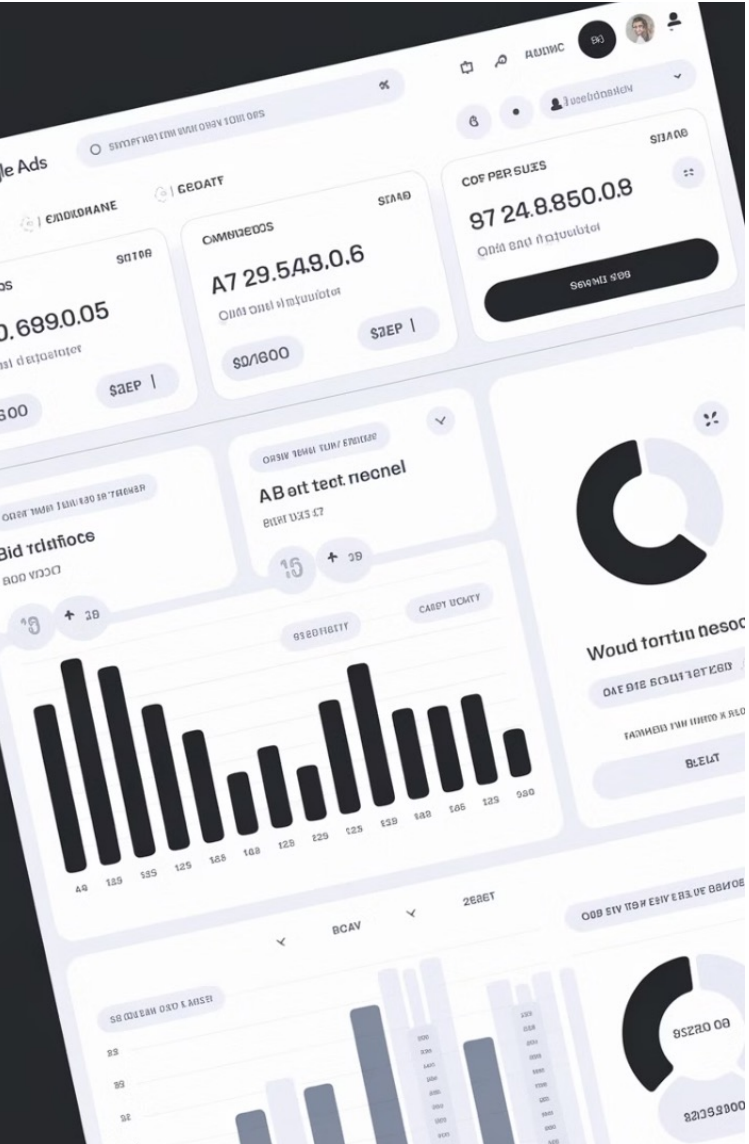
Werkzeuge zur Überwachung von Rankings, Traffic und Backlinks. Diese Tools bieten umfassende Einblicke in die Performance einer Website in Suchmaschinen und helfen bei der Identifikation von Optimierungspotentialen.

SEO-Audit

Durchführung einer umfassenden Analyse der Website-Performance. Ein SEO-Audit deckt technische Probleme, Content-Schwächen und Optimierungsmöglichkeiten auf und bildet die Grundlage für eine effektive SEO-Strategie.

Content-Optimierung

Erstellung SEO-freundlicher Inhalte mit optimaler Keyword-Platzierung. Die richtige Balance zwischen leserfreundlichem Content und SEO-Optimierung ist entscheidend für gute Rankings und Nutzererfahrung.



Suchmaschinenmarketing (SEM) & Pay-Per-Click

Google Ads-Kampagnen

Einrichtung und Verwaltung von Werbekampagnen in der größten Suchmaschine. Die Teilnehmer lernen, wie man effektive Anzeigen erstellt, Zielgruppen definiert und Kampagnen strukturiert.

Keyword-Strategien

Entwicklung von Keyword-Sets für maximale Reichweite und Relevanz. Die richtige Auswahl und Gruppierung von Keywords ist entscheidend für den Erfolg von PPC-Kampagnen.

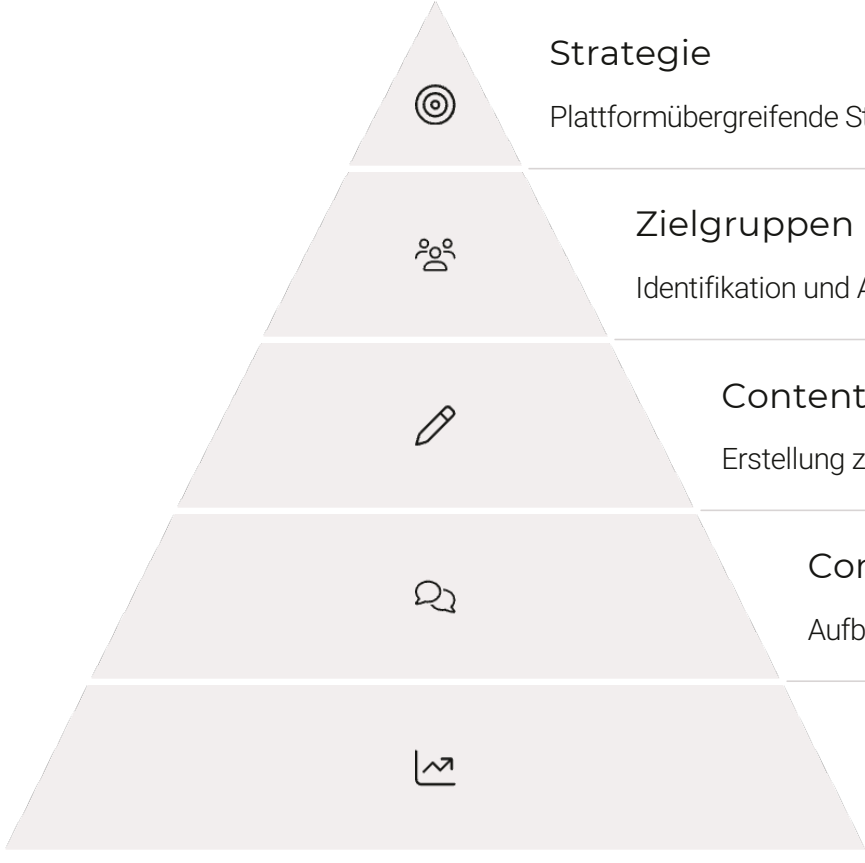
Budgetierung & Gebote

Strategien zur Optimierung des Werbebudgets und effektive Gebotsstrategien. Die Teilnehmer lernen, wie sie ihr Budget optimal einsetzen und den ROI maximieren können.

Performance-Analyse

Messung und Auswertung von SEM-Kampagnen zur kontinuierlichen Verbesserung. Datenbasierte Entscheidungen sind der Schlüssel zum langfristigen Erfolg im Suchmaschinenmarketing.

Social Media Marketing



Strategie

Plattformübergreifende Strategieentwicklung

Zielgruppen

Identifikation und Ansprache relevanter Nutzergruppen

Content

Erstellung zielgerichteter und engagierender Inhalte

Community

Aufbau und Management einer aktiven Community

Analyse

Messung und Optimierung der Performance

Affiliate-Marketing & KI im Marketing

Affiliate-Marketing

Teilnehmer lernen die Grundlagen des Affiliate-Marketings kennen, einschließlich der Auswahl von Partnerprogrammen, der Implementierung von Tracking-Systemen und der Optimierung von Affiliate-Kampagnen.

Sie verstehen, wie sie ein Netzwerk von Affiliates aufbauen und pflegen können, um die Reichweite ihrer Produkte oder Dienstleistungen zu erhöhen und den Umsatz zu steigern.

KI im Marketing

Die Teilnehmer erfahren, wie Künstliche Intelligenz das Marketing revolutioniert, von der Automatisierung von Routineaufgaben bis hin zur personalisierten Kundenansprache und prädiktiven Analyse.

Sie lernen praktische Anwendungsfälle kennen, wie KI-gestützte Content-Erstellung, Chatbots für den Kundenservice und intelligente Targeting-Systeme für Werbekampagnen.

E-Mail-Marketing

Listenaufbau

Strategien zum Aufbau qualifizierter E-Mail-Listen

Content-Erstellung

Gestaltung ansprechender E-Mail-Kampagnen

Versand & Automatisierung

Optimierung von Versandzeitpunkten und Automatisierungssequenzen

Performance-Messung

Analyse von Öffnungs- und Klickraten zur Optimierung

Webanalyse mit Google Analytics

89%

Websites

Prozentsatz der Websites, die Google Analytics nutzen

500+

Metriken

Verfügbare Datenpunkte zur Analyse

4

Hauptbereiche

Audience, Acquisition, Behavior, Conversion

Die Teilnehmer lernen, wie sie Google Analytics einrichten, wichtige Metriken interpretieren und aussagekräftige Berichte erstellen können. Sie verstehen, wie sie den Website-Traffic analysieren, Nutzerverhalten nachvollziehen und die Customer Journey optimieren können.

Conversion-Rate-Optimierung (CRO)

Analyse

Identifikation von Schwachstellen im Conversion-Prozess

Hypothese

Entwicklung von Verbesserungsvorschlägen

Implementierung

Umsetzung erfolgreicher Optimierungen

Test

Durchführung von A/B-Tests und Multivariate-Tests

Mobiles Marketing

Mobile-First Design

Optimierung von Websites und Kampagnen für mobile Geräte. In einer zunehmend mobilen Welt ist die Anpassung aller digitalen Assets an Smartphones und Tablets entscheidend für den Erfolg.

Mobile Werbekampagnen

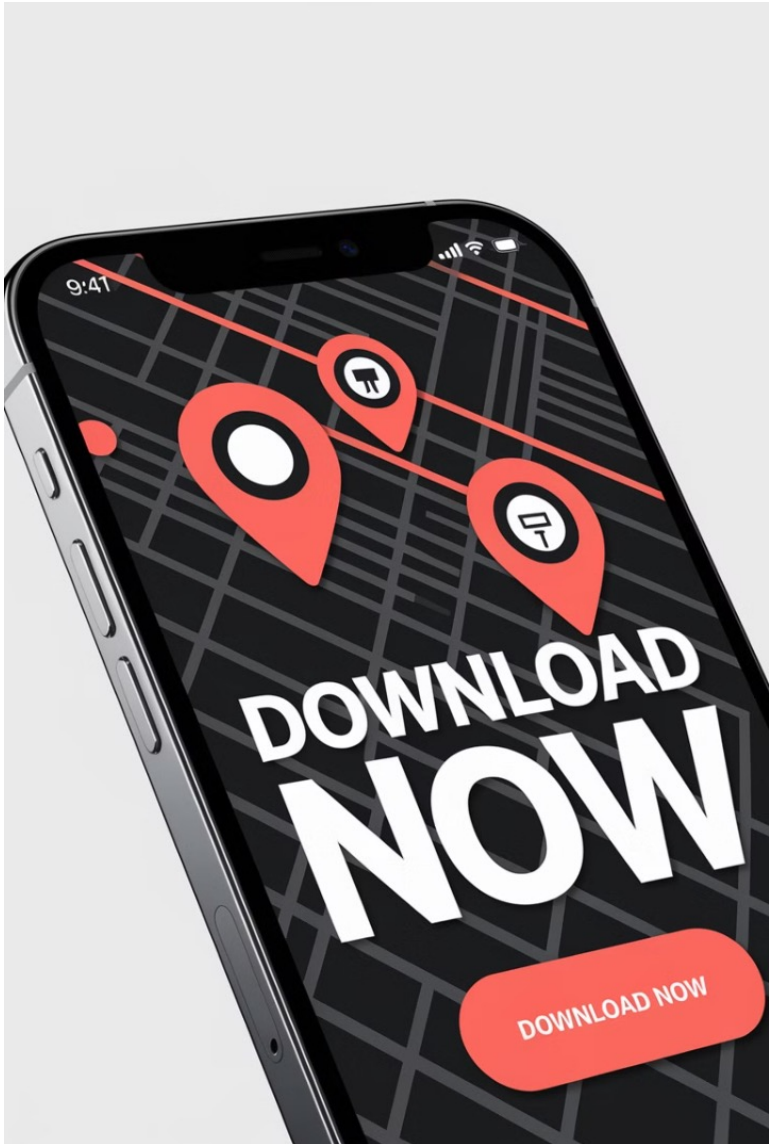
Erstellung und Optimierung von Anzeigen speziell für mobile Nutzer. Mobile Werbung erfordert spezifische Formate und Strategien, um auf kleinen Bildschirmen effektiv zu sein.

Location-Based Marketing

Nutzung von Standortdaten für gezielte Werbung. Durch Geotargeting können Nutzer in bestimmten geografischen Bereichen angesprochen werden.

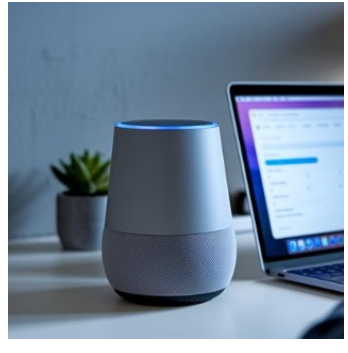
App-Marketing

Strategien zur Promotion und Nutzung von Apps zur Kundenbindung. Mobile Apps bieten einzigartige Möglichkeiten für direkten Kundenkontakt und Engagement.

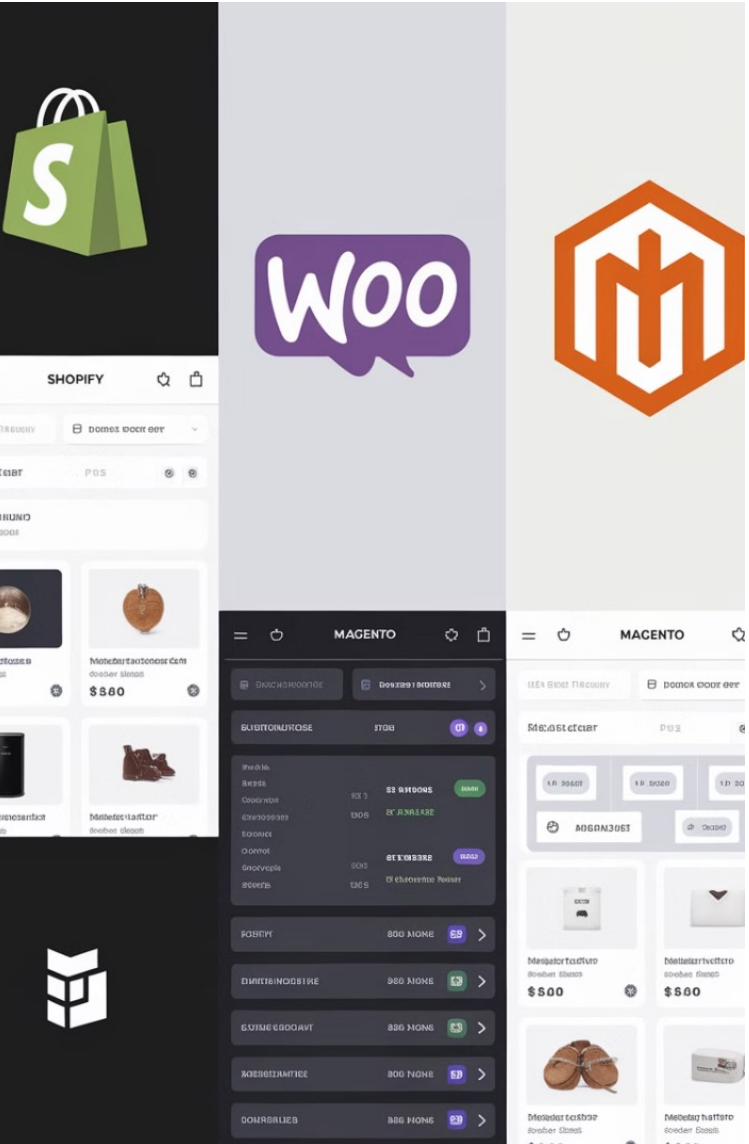


Marketing-Automatisierung

Technologie-Trends im Marketing



Die Teilnehmer erhalten einen umfassenden Überblick über neue Technologien und deren Einfluss auf das Online-Marketing. Sie verstehen, wie Innovationen wie Virtual Reality, Voice Search, Blockchain, Augmented Reality und fortschrittliche KI-Anwendungen die Marketinglandschaft verändern und neue Möglichkeiten für Kundeninteraktion schaffen.



E-Commerce: Plattformauswahl

Plattform	Vorteile	Nachteile	Ideale Nutzung
Shopify	Benutzerfreundlich, All-in-One-Lösung	Monatliche Kosten, Transaktionsgebühren	Kleine bis mittlere Unternehmen
WooCommerce	Flexibel, Open Source, WordPress-Integration	Technisches Know-how erforderlich	WordPress-Nutzer, Anpassungsbedarf
Magento	Hochgradig anpassbar, skalierbar	Komplex, höhere Kosten	Große Unternehmen, spezielle Anforderungen

Produktmanagement im E-Commerce

Sortimentsgestaltung

Strategische Auswahl und Strukturierung des Produktangebots. Die Teilnehmer lernen, wie sie ein kohärentes und attraktives Produktsortiment zusammenstellen, das die Zielgruppe anspricht und Umsatzpotenziale maximiert.

Produktbeschreibungen

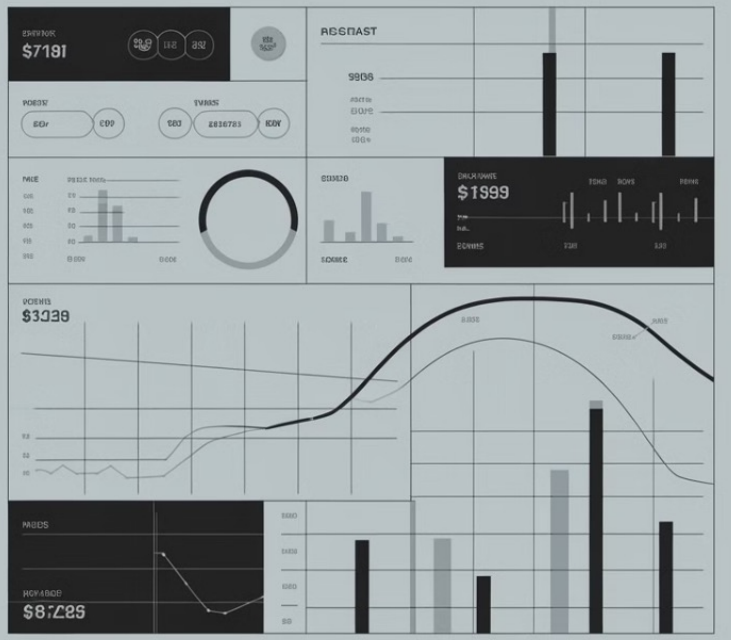
Erstellung überzeugender und SEO-optimierter Produkttexte. Gute Produktbeschreibungen informieren nicht nur über Eigenschaften, sondern wecken Emotionen und überzeugen zum Kauf.

Preisstrategien

Entwicklung wettbewerbsfähiger und profitabler Preismodelle. Die Teilnehmer verstehen verschiedene Preisstrategien und deren Auswirkungen auf Kaufverhalten und Margenentwicklung.

Bestandsmanagement

Effiziente Verwaltung von Lagerbeständen und Lieferketten. Ein optimiertes Bestandsmanagement verhindert Out-of-Stock-Situationen und reduziert gebundenes Kapital.



Zahlungssysteme und Transaktionssicherheit

Zahlungsmethoden

Auswahl und Integration verschiedener Zahlungsoptionen wie Kreditkarten, PayPal, Sofortüberweisung und Rechnungskauf. Eine breite Palette an Zahlungsmöglichkeiten erhöht die Conversion-Rate.

Payment Gateways

Implementierung sicherer Schnittstellen für die Zahlungsabwicklung. Die Teilnehmer lernen die technischen Aspekte der Integration von Zahlungsgateways in ihre E-Commerce-Plattform.

Sicherheitsmaßnahmen

Schutz vor Betrug und Einhaltung von Sicherheitsstandards wie PCI DSS. Sicherheit ist entscheidend für das Vertrauen der Kunden und den Schutz sensibler Daten.

Checkout-Optimierung

Gestaltung eines reibungslosen und vertrauenswürdigen Bezahlprozesses. Ein optimierter Checkout-Prozess reduziert Abbruchraten und steigert den Umsatz.

Kundendienst und Support im E-Commerce

Kundendienstsysteme

Aufbau effektiver Support-Strukturen über verschiedene Kanäle wie Chat, E-Mail und Telefon

CRM-Nutzung

Einsatz von Customer-Relationship-Management-Systemen zur Verwaltung von Kundenbeziehungen

Beschwerdemanagement

Strategien zum professionellen Umgang mit Kundenbeschwerden und zur Problemlösung

Retourenmanagement

Entwicklung effizienter Prozesse für Rücksendungen und Umtausch

E-Commerce-Marketing und Kundenengagement

SEO für E-Commerce

Spezifische Suchmaschinenoptimierung für Online-Shops, einschließlich Produktseiten-Optimierung, Kategorie-SEO und technischer Aspekte für E-Commerce-Plattformen. Eine gute SEO-Strategie erhöht die organische Sichtbarkeit und reduziert die Abhängigkeit von bezahltem Traffic.

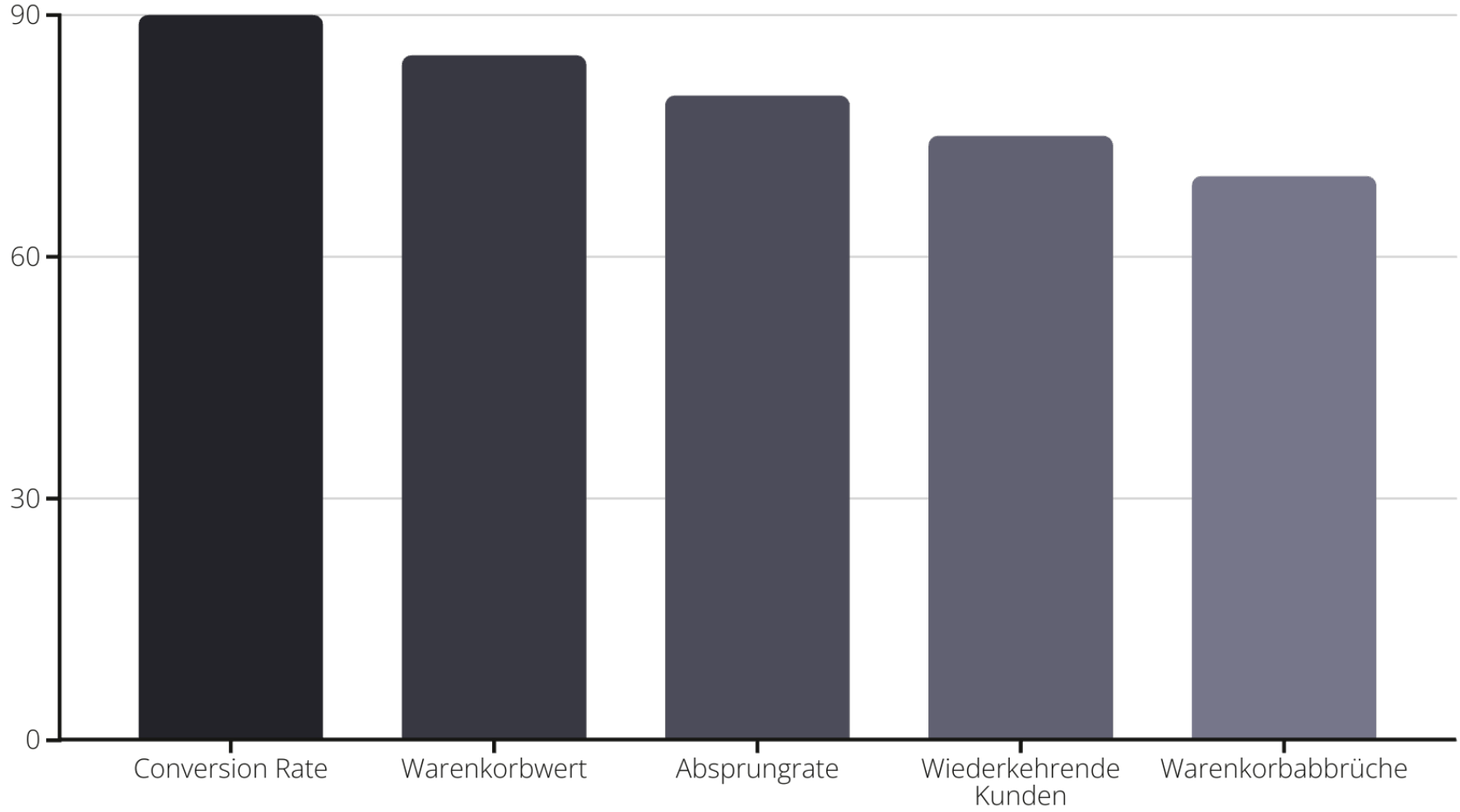
Social Commerce

Integration von E-Commerce und Social Media durch Funktionen wie Shopping-Tags, Shoppable Posts und Social Media Shops. Social Commerce verkürzt die Customer Journey und ermöglicht Impulskäufe direkt aus sozialen Netzwerken.

Influencer Marketing

Zusammenarbeit mit Influencern zur Produktpromotion und Steigerung der Markenbekanntheit. Influencer schaffen Vertrauen und Authentizität und erreichen spezifische Zielgruppen mit hoher Engagement-Rate.

Datenanalyse im E-Commerce



Kundenbindung und Loyalitätsprogramme

Kundenbindungsstrategien

Die Teilnehmer lernen verschiedene Ansätze zur langfristigen Bindung von Kunden kennen. Dazu gehören personalisierte Kommunikation, exklusive Angebote und herausragender Service.

Sie verstehen, dass die Gewinnung eines Neukunden fünfmal teurer ist als die Bindung eines Bestandskunden, und wie sie den Customer Lifetime Value maximieren können.

Loyalitätsprogramme

Die Implementierung von Punktesystemen, Mitgliedschaftsprogrammen und Belohnungsmechanismen wird detailliert behandelt. Die Teilnehmer lernen, wie sie effektive Anreizsysteme schaffen können.

Sie entwickeln Strategien zur Gamification von Kundenerlebnissen und zur Schaffung emotionaler Bindungen zur Marke, die über rein transaktionale Beziehungen hinausgehen.

Referral-Marketing

Die Teilnehmer erfahren, wie sie bestehende Kunden zu Markenbotschaftern machen können. Sie lernen die Gestaltung von Empfehlungsprogrammen, die sowohl für den Empfehlenden als auch den Empfohlenen attraktiv sind.

Besonderer Fokus liegt auf der Messung des Erfolgs von Referral-Programmen und der kontinuierlichen Optimierung der Anreizstrukturen.

Globalisierung und Skalierung im E-Commerce

Marktanalyse

Identifikation geeigneter internationaler Märkte

Lokalisierung

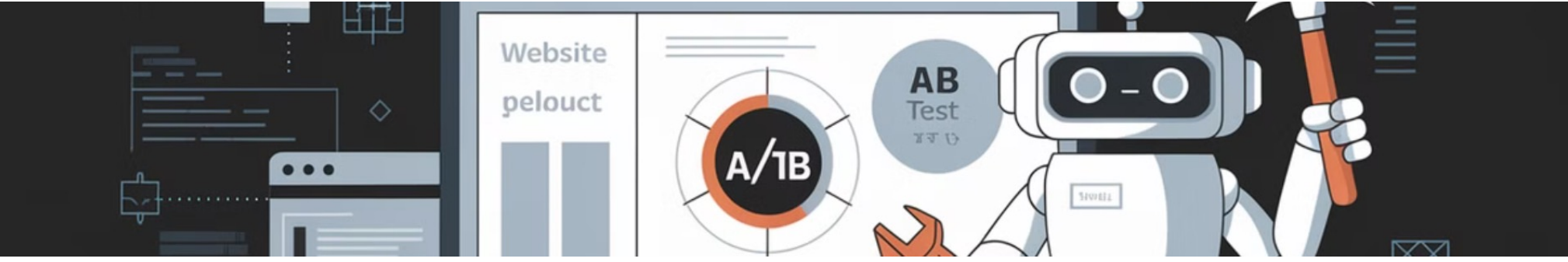
Anpassung von Sprache, Inhalten und Angeboten

Logistik

Bewältigung internationaler Versand- und Zollherausforderungen

Steuern & Recht

Einhaltung lokaler Steuer- und Rechtsvorschriften



Website-Performance und Optimierung

Ladegeschwindigkeit

Techniken zur Verbesserung der Seitenladezeit und Performance. Die Teilnehmer lernen, wie sie Bilder optimieren, Caching einsetzen und Code minimieren können, um schnellere Ladezeiten zu erreichen.

Personalisierung

Anpassung des Nutzererlebnisses basierend auf Kundendaten und -verhalten. Personalisierte Produktempfehlungen, individuelle Angebote und maßgeschneiderte Inhalte steigern die Conversion-Rate.

A/B-Testing

Durchführung kontrollierter Experimente zur Optimierung von Elementen und Funktionen. Die systematische Testung verschiedener Varianten ermöglicht datenbasierte Entscheidungen für kontinuierliche Verbesserungen.

Mobile Optimierung

Anpassung der Website für optimale Nutzung auf mobilen Geräten. Mit dem steigenden Anteil mobiler Nutzer ist eine responsive Gestaltung und spezifische Optimierung für Smartphones unerlässlich.

Trends und Innovationen im E-Commerce

Augmented & Virtual Reality

Einsatz von AR/VR für immersive Produkterlebnisse. Kunden können Produkte virtuell anprobieren oder in ihrem eigenen Umfeld visualisieren, was das Einkaufserlebnis revolutioniert.

KI & Machine Learning

Intelligente Produktempfehlungen und personalisierte Kundenerlebnisse. KI-Systeme analysieren Kundenverhalten und optimieren automatisch verschiedene Aspekte des Online-Shops.

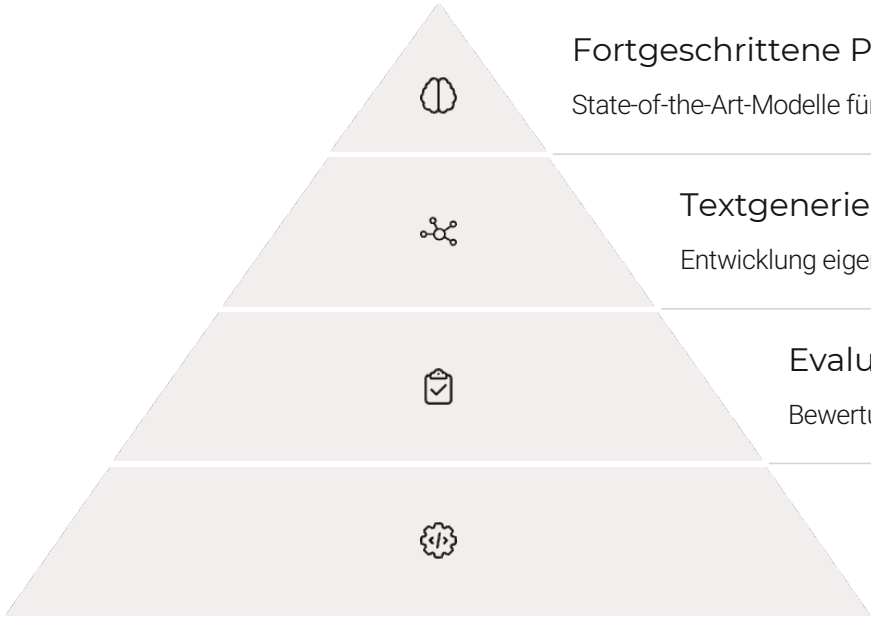
Voice Commerce

Shopping über Sprachassistenten und Smart Speaker. Die zunehmende Verbreitung von Alexa, Google Assistant und Siri eröffnet neue Vertriebskanäle für E-Commerce.

Nachhaltiger E-Commerce

Umweltfreundliche Praktiken in Verpackung, Versand und Produktauswahl. Nachhaltigkeit wird zunehmend zum Kaufkriterium und Wettbewerbsvorteil im Online-Handel.

KI-Anwendungen im Marketing



Fortgeschrittene Prompting-Techniken

State-of-the-Art-Modelle für Marketinganwendungen

Textgenerierungsmodelle

Entwicklung eigener Modelle für spezifische Anwendungsfälle

Evaluation und Optimierung

Bewertung und kontinuierliche Verbesserung der KI-Modelle

Integration in Marketingprozesse

Praktische Anwendung in realen Marketingszenarien

Die Teilnehmer lernen fortgeschrittene Prompting-Techniken und den Einsatz von State-of-the-Art-Modellen für verschiedene Marketinganwendungen. Sie entwickeln eigene Textgenerierungsmodelle für spezifische Anwendungsfälle und verstehen, wie sie diese evaluieren und optimieren können.

In einem abschließenden Praxisprojekt integrieren sie ihre KI-Modelle in reale Marketinganwendungen und präsentieren ihre Ergebnisse. Dieser praxisorientierte Ansatz bereitet sie optimal auf den Einsatz von KI im modernen Marketing vor.