# Digital Marketing Strategy & Performance

Performance Marketing · Anbieter: DFW Akademie

FÖRDERUNG & KOSTEN

**Kurspreis: auf Anfrage**

Förderfähig über: Bildungsgutschein

AZAV-zertifizierter Bildungsträger — Förderung durch die Agentur für Arbeit möglich

## Kursdaten auf einen Blick

| | |
|---|---|
| **Durchführung** | Online |
| **Lernformat** | Mischung Zeitgebunden & Self-Paced |
| **Dauer** | 2 Wochen in Vollzeit oder 5 Wochen in Teilzeit |
| **Unterrichtssprache** | Deutsch |
| **Kursstart** | Startet jeden Tag |
| **Vorkenntnisse** | Keine Vorerfahrung |
| **Abschluss** | Zertifikat Digital Marketing Strategy & Performance (DFW) |
| **Inklusive** | Berufscoaching, Notebook / Tablet (geliehen), Softwarelizenzen |

## Bildungsträger & Kontakt

**DFW Akademie**

Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold

Telefon: 07452 6020662

E-Mail: info@dfw-akademie.de

Web: https://www.dfw-akademie.de/

Kurs online ansehen

## 01 Kursbeschreibung

Digital Marketing Strategy & Performance: Online-Marketing, Kampagnenplanung und Performance-Auswertung

Der Kurs Digital Marketing Strategy & Performance behandelt zentrale Inhalte zu digitalem Marketing, Onlinekommunikation, Zielgruppenanalyse, Customer Journey, Social Media, SEO, Content, Werbeanzeigen, Conversion, Funnel-Design, Tracking und Kampagnenplanung.

In diesem Kurs erwirbst du fundierte Kenntnisse im Bereich digitale Marketingstrategie und performanceorientierte Kampagnensteuerung. Du lernst, wie Unternehmen Zielgruppen online erreichen, Kampagnen planen und Marketingmaßnahmen datenbasiert optimieren.

Du erhältst einen Überblick über Marketing, Onlinekommunikation und Konsumentenverhalten. Dabei lernst du, wie Zielgruppen analysiert, Personas entwickelt und digitale Customer Journeys strukturiert werden.

Ein Schwerpunkt liegt auf Markttrends, relevanten Plattformen und dem Nutzerverhalten im digitalen Raum. Du erfährst, welche Rolle Social Media, Suchmaschinenoptimierung und Content-Marketing für nachhaltigen Reichweitenaufbau spielen.

Darüber hinaus beschäftigst du dich mit Werbeanzeigen über Meta, Google Ads oder TikTok Ads. Ergänzend lernst du Conversion-Optimierung, Funnel-Design, A/B-Testing, Tracking sowie die Planung von Kampagnen inklusive Budget, Zielen und Zielgruppenansprache kennen.

## 02 Lehrplan & Module

### 1. Einführung in Marketing und Onlinekommunikation

Grundlagen von Marketing, digitaler Kommunikation und Online-Marketing
Einordnung von Konsumentenverhalten in digitalen Kanälen
Überblick über zentrale Aufgaben und Instrumente im Digital Marketing

### 2. Zielgruppenanalyse, Personas und Customer Journey

Grundlagen der Zielgruppenanalyse und Segmentierung
Erstellung von Personas für digitale Marketingstrategien
Analyse der digitalen Customer Journey und relevanter Kontaktpunkte

### 3. Markttrends, Plattformen und Nutzerverhalten

Analyse digitaler Markttrends und Plattformentwicklungen
Einordnung von Nutzerverhalten auf Social Media, Suchmaschinen und digitalen Kanälen
Grundlagen zur Auswahl geeigneter Plattformen für Marketingmaßnahmen

### 4. Social Media, SEO und Content im Marketing

Rolle von Social Media, Suchmaschinenoptimierung und Content Marketing
Grundlagen der Sichtbarkeit, Auffindbarkeit und digitalen Reichweite
Verbindung von Content, Plattformstrategie und Marketingzielen

### 5. Digitale Werbeanzeigen und Paid Media

Grundlagen von Werbeanzeigen über Meta, Google Ads und TikTok Ads
Einordnung von Kampagnenzielen, Zielgruppenansprache und Anzeigenformaten
Überblick über Paid-Media-Strukturen im digitalen Marketing

### 6. Conversion, Funnel-Design und Call-to-Action

Grundlagen von Conversion, Funnel-Design und Nutzerführung
Entwicklung von Call-to-Action-Elementen für digitale Kampagnen
Analyse von Kontaktpunkten entlang des Marketing-Funnels

### 7. A/B-Testing, Tracking und Auswertung

Grundlagen von A/B-Testing und datenbasierter Kampagnenoptimierung
Einordnung von Tracking, Performance-Kennzahlen und Auswertungsmethoden
Analyse digitaler Marketingmaßnahmen anhand relevanter Metriken

### 8. Kampagnenplanung und Performance-Steuerung

Planung digitaler Kampagnen mit Budget, Ziel und Zielgruppenansprache
Strukturierung von Maßnahmen, Kanälen und Kommunikationsinhalten
Einordnung von Kampagnenzielen, Performance-Auswertung und Optimierung

## 03 Enthaltene Zertifikate

**Trägerzertifikat: Zertifikat Digital Marketing Strategy & Performance (DFW)**

## 04 Voraussetzungen

### Vorkenntnisse

**Niveau: Keine Vorerfahrung**

Grundlegende PC- und Internetkenntnisse

Deutschkenntnisse auf Niveau B1

Keine besonderen beruflichen Vorkenntnisse erforderlich

## 05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Fachkräfte
- Arbeitssuchende
- Berufstätige

Mögliche Berufsbilder: Online Marketing Manager, Performance Marketing Specialist, Campaign Manager Digital

NÄCHSTER SCHRITT

**Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren**

DFW Akademie · Lise-Meitner-Straße 21, 72202 Nagold
07452 6020662 · info@dfw-akademie.de · https://www.dfw-akademie.de/

Online ansehen