Growth Marketing Spezialist:in

Marketing Grundlagen · Anbieter: WBS TRAINING SE

FÖRDERUNG & KOSTEN

Kurspreis: 0 €

Förderfähig über: Bildungsgutschein

Kursdaten auf einen Blick

Durchführung	Mischung Online & Vor Ort
Lernformat	Zeitgebunden
Dauer	4 Monate in Vollzeit
Umfang	728 Unterrichtseinheiten
Unterrichtssprache	Deutsch
Kursstart	Startet alle 2 Wochen
Vorkenntnisse	Berufliche Vorerfahrung
Abschluss	WBS-Zertifikat

Kurzbeschreibung

Was macht eigentlich Growth Marketing Manager:innen aus? Growth Marketing Manager:innen zeichnen sich durch die Bereitschaft aus, kontinuierlich zu lernen. Growth Marketing lebt von ständigem Experimentieren und Lernen. Erfolgreiche Growth Marketing Manager:innen entwickeln ganzheitliche Lösungen. Daher arbeiten sie eng mit verschiedenen Abteilungen wie der Produktentwicklung, dem …

Bildungsträger & Kontakt

WBS TRAINING SE

Lorenzweg 5, 12099 Berlin

Telefon: +49 30 26475050

E-Mail: beratung@wbstraining.de

Web: https://www.wbstraining.de/?utm_source=genaumeinkurs.de&utm_medium=affiliate

Kurs online ansehen

01 Kursbeschreibung

Was macht eigentlich Growth Marketing Manager:innen aus?

Growth Marketing Manager:innen zeichnen sich durch die Bereitschaft aus, kontinuierlich zu lernen. Growth Marketing lebt von ständigem Experimentieren und Lernen.

Erfolgreiche Growth Marketing Manager:innen entwickeln ganzheitliche Lösungen. Daher arbeiten sie eng mit verschiedenen Abteilungen wie der Produktentwicklung, dem Vertrieb und dem Kundenservice zusammen.

Growth Marketing Manager:innen bringen eine Affinität zu Zahlen und Daten mit - Marktanalysen, A/B-Testing und Tracking von Customer-Lifecycles/Journeys gehören zu ihren Aufgaben

Wie kann Growth Marketing Unternehmen helfen? Skalierung und Wachstum:

Growth Marketing ist heute ein essenzieller Ansatz für Unternehmen, die in einem wettbewerbsintensiven Umfeld erfolgreich wachsen möchten.

Growth Marketing bietet in der Kombination von Datenanalyse, Kreativität und Experimentierfreude die besten Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg, wenn Unternehmen schnell und effizient wachsen möchten.

02 Lehrplan & Module

Gesamtumfang — **728 Unterrichtseinheiten* in 10 Modulen**

* Eine Unterrichtseinheit entspricht 45 Minuten.

1. Einführung in das Online-Lernformat

8 Unterrichtseinheiten
(ca. 1% vom Gesamtumfang)

Einführung in das Online-Lernformat WBS LearnSpace 3D®

2. Agile Transformation - Growth Hacking vs. Management

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Agile Transformation im Kontext - gemeinsames Verständnis und Erwartungsabgleich
Klassisches Management: Stärken und Grenzen - Managementdenken verstehen, nicht verteufeln
Agile Mindsets und Prinzipien - Fundament für agiles Denken schaffen
Agile Frameworks im Überblick - Werkzeuge kennen und einordnen
Growth Hacking: Ursprung und Denkweise - Growth Hacking als Gegenpol zum Management verstehen
Growth Hacking-Methoden und -Tools - Growth praktisch anwenden
Spannungsfeld: Growth Hacking vs. Management - Konflikte erkennen und auflösen
Agile Leadership und neue Führungsrollen - Führung neu definieren
Agile Transformation gestalten - Transformation ganzheitlich planen
KI Einsatz im Growth Hacking

3. Growth Marketing Mix - Effectiveness & Performance

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung in Growth Marketing und Performance-Denken - Verständnis für Growth Marketing als ganzheitlichen Ansatz
Growth Marketing Technologie
Zielgruppen, Personas & Customer Insights - kundenzentrierte Marketingentscheidungen treffen
Marketing Effectiveness - Strategie und Wirkung - Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen beurteilen
Performance Marketing und Kanäle - Performance-Kanäle verstehen und vergleichen
Content, UX und Conversion Optimierung - Conversion-Hebel identifizieren
Data, Tracking und Marketing-Analytics - Performance messen und interpretieren
Testing, Experimente und Optimierung - kontinuierliche Verbesserung umsetzen
Budgetierung, Effizienz & ROI - Wirtschaftlichkeit von Marketing bewerten
Integration: Der Growth Marketing-Mix - alle Elemente strategisch verbinden

4. Growth Kreativstrategie und Planung - A/B-Testing

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Growth, Kreativität und Testing - Verständnis für kreative Growth-Logik
Zielgruppen & Insights als Basis der Kreativstrategie - Kreativität aus Nutzer-Insights ableiten
Kreativstrategie im Growth-Kontext - strategische Leitplanken für Creatives setzen
Kreativkonzepte und Content-Formate - wirksame Kreativkonzepte entwickeln
Grundlagen A/B-Testing und Experiment-Design - Tests korrekt planen
A/B-Testing von Creatives und Botschaften - Kreative Elemente gezielt testen
Auswertung, Interpretation und Learnings - Testergebnisse richtig interpretieren
Skalierung und Creative Optimization - Erfolgreiche Creatives systematisch skalieren
Integration: Kreativstrategie und Testing im Marketing-Mix - Testing als festen Prozess etablieren

5. Branding und Mission - Brandbuilding

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Marke, Identität und Wirkung - Grundverständnis moderner Markenführung
Purpose, Mission & Vision - Sinn und Richtung einer Marke definieren
Markenidentität und Positionierung - klare Differenzierung im Markt schaffen
Markenstrategie und Brand Architecture - Langfristige Markenstrategien entwickeln
Brand Design und visuelle Identität - visuelle Markenidentität verstehen & steuern
Brand Voice, Storytelling und Content - Marke sprachlich erlebbar machen
Brand Experience und Touchpoints - Marke konsistent erlebbar machen
Brandbuilding in digitalen Kanälen - Marken digital aufbauen und stärken
Markensteuerung, Messung und Governance - Markenerfolg messbar machen

6. Innovation & Design - UI/UX

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Innovation, Design und User-Centered Thinking - Verständnis für nutzerzentrierte Innovation
Nutzerforschung und Problemverständnis (UX-Research) - Nutzerbedürfnisse valide erheben
Ideation und kreative Lösungsfindung - vielfältige Lösungsansätze entwickeln
UX-Konzeption und Informationsarchitektur - strukturierte Nutzerführung entwickeln
Interaction Design und Usability - Interaktionen nutzerfreundlich gestalten
UI Design: Visuelle Gestaltung und Designsysteme - Ästhetische und konsistente Interfaces gestalten
Prototyping und Testing - Ideen testbar machen
UX und Business: Strategie, KPIs und Innovation - UX mit Business-Zielen verbinden
Umsetzung, Zusammenarbeit und Skalierung - UX nachhaltig in Organisationen verankern

7. Marktforschung und Datenanalyse - Insights/Research

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Marktforschung und datenbasierte Entscheidungen - Verständnis für Research als Entscheidungsgrundlage
Forschungsdesign und Fragestellungen - saubere Research-Setups entwickeln
Qualitative Marktforschung - tiefes Kundenverständnis gewinnen
Quantitative Marktforschung - messbare Marktdaten erheben
Datenaufbereitung und Analyse-Grundlagen - Rohdaten in analysierbare Daten überführen
Vertiefte Datenanalyse und Mustererkennung - Zusammenhänge erkennen und erklären
Insights, Personas und Storytelling mit Daten - relevante Insights formulieren
Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalyse - Marktumfeld systematisch analysieren
Research-Reporting und Entscheidungsunterstützung - Forschungsergebnisse wirksam kommunizieren

8. Customer Journey, Communities & Media - Success Management

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Customer Journey, Communities und Media - ganzheitliches Verständnis von Kundenbeziehungen
Zielgruppen, Bedürfnisse und Customer Insights - Kundenverhalten verstehen
Customer Journey Mapping und Experience Design - Customer Journeys strukturieren
Media-Strategie entlang der Customer Journey - Medien gezielt einsetzen
Content und Storytelling für Journey und Community - relevante Inhalte entwickeln
Community-Aufbau und Engagement - Communities nachhaltig aufbauen
Community Success und Relationship Management - langfristige Bindung schaffen
Erfolgsmessung: CX-, Community- und Media-KPIs - Erfolg messbar machen
Integration - Journey, Community und Media als System - Alle Elemente strategisch verbinden

9. Produkt- und Markttests - Advanced Data Analysis

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Einführung: Testing, Experimente und datenbasierte Entscheidungen - Verständnis für Advanced Testing und Analytics
Experimentdesign und Testmethodik - saubere Test-Setups entwickeln
Datenquellen und Datenqualität - belastbare Datengrundlagen schaffen
Deskriptive und explorative Datenanalyse - Muster und Zusammenhänge erkennen
Inferenzstatistik für Produkt- und Markttests - Testergebnisse statistisch absichern
Regressions- und Treiberanalysen - Wirkungstreiber identifizieren
Segmentierung und Advanced Analytics - Zielgruppen- und Marktmuster erkennen
Kausalanalyse und Entscheidungslogik - Ursache-Wirkungs-Beziehungen bewerten
Insight-Generierung und Entscheidungsunterstützung - Ergebnisse wirksam kommunizieren

10. Engineering-Hacks - Growth Engineering

80 Unterrichtseinheiten
(ca. 11% vom Gesamtumfang)

Growth Engineering und techgetriebenes Wachstum - Verständnis für Growth Engineering als Disziplin
Growth Frameworks und technische Hypothesen - strukturierte Growth-Ansätze entwickeln
Tracking, Events und Datenarchitektur - saubere Messbarkeit herstellen
Automatisierung und Growth Hacks - Prozesse automatisieren und skalieren
Performance, UX & Conversion Engineering - Technische Optimierung für Wachstum nutzen
Data Engineering und Advanced Analytics - Wachstum datengetrieben steuern
Skalierung, Reliability und Security - Growth-Lösungen stabil und sicher betreiben
Growth Engineering im Produkt und Team - Growth Engineering organisatorisch verankern

03 Enthaltene Zertifikate

Trägerzertifikat: WBS-Zertifikat

04 Voraussetzungen

Vorkenntnisse

Niveau: Berufliche Vorerfahrung

Abgeschlossene Berufsausbildung und/oder Studium, auch für Studienabbrecher:innen offen. Fundierte Grundkenntnisse im Marketing und in Marketingdisziplinen wie Social Media, Grundlagen in Audio-, Video- oder Bildgestaltung, Office- und Englischkenntnisse sowie Offenheit und Affinität für KI und Marketing.

Technische Voraussetzungen

Unterricht live und interaktiv im virtuellen Lernraum WBS LearnSpace 3D® über zwei Bildschirme und Headset.

05 Zielgruppen & Berufsperspektiven

- Arbeitssuchende
- AkademikerInnen
- Fachkräfte
- Berufstätige

Mögliche Berufsbilder: Growth Marketing Manager, Growth Manager, Performance Marketing Specialist

NÄCHSTER SCHRITT

Kursdetails online ansehen und Anbieter kontaktieren

WBS TRAINING SE · Lorenzweg 5, 12099 Berlin
+49 30 26475050 · beratung@wbstraining.de ·
https://www.wbstraining.de/?utm_source=genaumeinkurs.de&utm_medium=affiliate

Online ansehen