

Online Marketing Manager/in mit Schwerpunkt E-Commerce

Die digitale Weiterbildung in Voll- oder Teilzeit mit zertifiziertem Abschluss

Wann haben Sie zuletzt in einem Onlineshop bestellt? Virtuelle Einkaufserlebnisse prägen unsere aktuelle Zeit. Immer mehr Unternehmen aller Größen und Branchen wagen den Schritt sich und ihre Produkte online zu präsentieren. Das birgt nicht nur Chancen für das Unternehmen selbst, sondern ist auch für Sie positiv und zwar nicht nur als Nutzer - auch in Sachen Karriere. Denn neben E-Commerce setzen Unternehmen auf TT - Targeting und Tracking. Zwei Bereiche, die deutlich machen, dass digitales Marketing das klassische Marketing in Zeitungen & Co. längst überholt hat.

Überholen auch Sie alle anderen mit unserer Weiterbildung zum „Online Marketing Manager/in mit Schwerpunkt E-Commerce“ und legen Sie den Grundstein für Ihre berufliche Zukunft

in einem Bereich, der langfristig Bestand hat! Wir statten Sie mit dem notwendigen Werkzeug aus, damit Sie wissen, wie Sie Produkte und Dienstleistungen online vermarkten und verkaufen. Das geht zum Beispiel mit Messenger Marketing. Kennen Sie nicht? Nun - Sollten Sie aber! Lernen Sie unterschiedliche Möglichkeiten kennen, einen Onlineshop aufzusetzen und schauen Sie einem unserer Experten live dabei zu, wie er Klick für Klick eine Facebook Werbekampagne konzipiert.

Mit dieser praxisorientierten Weiterbildung, bei der Sie abschließend sogar eine Online Marketing Strategie für ein von Ihnen selbst gewähltes Unternehmen erarbeiten, öffnen Sie die Tür zu einer erfolgreichen Zukunft im digitalen Marketing und Commerce.

Der Zertifikatslehrgang im Überblick

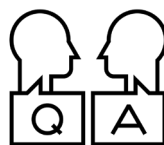
- Praxisbezogenes, umfassendes Wissen in allen Online Marketing & E-Commerce Disziplinen
- Keine Präsenztermine - der gesamte Lehrgang findet online statt
- Lebenslanger Zugang zu unserer Lerncommunity, den Expertenchats & Aktualisierungen
- Lehrgang staatlich zugelassen durch die Staatliche Zentralstelle für Fernunterricht
- Bei Arbeitgebern anerkanntes Abschlusszertifikat und Kompetenzsiegel
- Inklusive kostenfreies Bewerbungstraining
- 1-3 Monate in Vollzeit, 3-6 Monate in Teilzeit. Dauer flexibel entsprechend der Vorkenntnisse und persönlicher Situation in Absprache mit dem Berufsberater
- Trägernummer: 644/2270 Maßnahmenummer: 644/27/22
- Der Lehrgang umfasst 510 Unterrichtseinheiten
- Startertermine 2023: 31.01.; 28.02.; 30.03.; 27.04.; 31.05.; 29.06.; 31.07.; 31.08.; 28.09.; 30.10.; 30.11.; 14.12.
- **Teilnahmegebühr: 3.626,93 Euro**

Die Vorteile einer Weiterbildung bei der SMA



Effektives E-Learning

Genießen Sie vollste Flexibilität während Ihrer Weiterbildung! Alle Lerninhalte sind immer und überall auf unserer Lernplattform verfügbar. In unserer Online Community stehen Sie konstant mit anderen Lehrgangsteilnehmern in Kontakt und haben Zugang zu Jobangeboten, Veranstaltungsempfehlungen und Fachartikeln.



Individuelle Betreuung

Persönliche Betreuung hat für uns oberste Priorität. Sie haben Fragen zu Ihrem Lehrgang, benötigen Hilfe bei der Umsetzung der Lernaufgaben oder möchten sich einfach nur mal austauschen? Unsere fachkundigen Tutoren stehen Ihnen gerne zur Verfügung, geben Lerntipps und haben stets ein offenes Ohr.



Lernen von den Besten

Lernen Sie von erfahrenen Profis aus der Praxis! Unsere Dozenten gelten als Vorreiter der Branche - sowohl Geschäftsführer namhafter Agenturen als auch Online Marketing Manager/innen in großen Konzernen. In regelmäßigen Live-Chats haben Sie die Gelegenheit all Ihre Fragen direkt an die Dozenten zu richten. Alle Chats sind auch im Nachhinein jederzeit für Sie verfügbar.



Anerkannter Abschluss

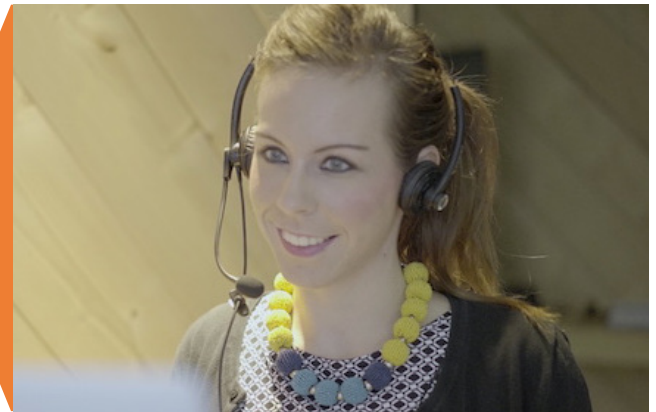
Sie erhalten nach erfolgreichem Abschluss ein bei Arbeitgebern anerkanntes Zertifikat - ein entscheidender Vorteil auf dem Arbeitsmarkt. An der SMA lernen Sie zudem lebenslang: Auch nach dem Abschluss haben Sie weiterhin unbegrenzten Zugang zur Lerncommunity.

Der Weg zum zertifizierten Abschluss



Auf unserer Lernplattform finden Sie alle zu absolvierenden Vorlesungs-Videos und die dazugehörigen Lernunterlagen. Unser Videoplayer bietet alle wichtigen Features - inklusive mobile friendliness, Kapitelauswahl und Downloadfunktion. Die anschließenden Online-Tests helfen dabei, die Hauptinhalte der Vorlesungen zu verinnerlichen und sind für das Erreichen des Zertifikates unerlässlich.

Sie haben die Möglichkeit an regelmäßigen Experten-Chats teilzunehmen. Im Rahmen dieser können Sie unseren Dozentinnen und Dozenten Fragen stellen und sich zu Themen austauschen, die Ihnen in Ihrem beruflichen Alltag begegnen. Doch damit nicht genug: Treten Sie in Kontakt mit anderen Teilnehmenden des Lehrgangs über korrespondierende Lerngruppen (Facebook/ LinkedIn)! Übrigens: Beides, sowohl die Teilnahme an Experten-Chats, als auch der Austausch in den Lerngruppen, steht Ihnen auch nach Abschluss frei.



Im Rahmen der Lernaufgaben arbeiten Sie an realen Thematiken des Online Marketings und setzen das erlernte Wissen direkt für Ihren Kontext um. Zum Abschluss des Lehrgangs erstellen Sie eine professionelle Online Marketing Strategie und erhalten individuelles Feedback von unserem Dozenten, welches Sie direkt für sich und Ihr Unternehmen nutzen können, oder Sie absolvieren eine Abschlussprüfung in Form von 60 Testfragen.

Das sagen unsere Absolventen



David Braun

Online Marketing Manager, Jumpers Fitness GmbH

Bei anderen Anbietern hätte ich Abstriche im Lernumfang machen müssen und hätte an nervigen Vor-Ort-Präsenzunterricht teilnehmen müssen. Ich wollte so schnell und so effizient wie möglich mein Zertifikat als Online Marketing Manager in den Händen halten um endlich beruflich durchzustarten. Bei der SMA konnte ich selbst über meine Zeit verfügen und war so in der Lage in kürzester Zeit alle Prüfungen erfolgreich abzulegen. Die Facebook Gruppe und die Experten-Chats haben mir bei vielen Fragen weitergeholfen und halten mich bei verschiedenen Themen immer noch up to date.

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

01 Grundlagen Online Marketing

- Online Marketing - zukunftsfähiges Marketing über digitale Kanäle
- Owned, Paid & Earned Media im Online Marketing
- Die richtige Auswahl von Instrumenten und Maßnahmen
- Messen & Optimieren als zentraler Prozess

03 Social Media Landkarte

- Über die Relevanz von Social Media im (digitalen) Marketing
- Überblick über die wichtigsten Plattformen und wofür sie sich eignen
- Nutzerverhalten und wichtige Grundsätze für den Erfolg

5-7

Facebook Advertising I - III

- Meta Basics: Pixel und Kriterien für erfolgreiche Ads
- Einblick in die META Business Suite
- META Werbekampagne Schritt für Schritt aufsetzen

09

Influencer Marketing

- Den richtigen Influencer finden und einsetzen
- Aufbau einer funktionierenden Strategie
- Bedeutende Faktoren für den Erfolg und Best Cases

11

Pinterest für Unternehmen

- Die Funktionsweise von Pinterest: Pinnwände und Pins
- Beliebte Themen, Reichweite und Erfolg auf der bilddominierten Plattform
- Firmen, die es richtig machen: Beispiele aus der Praxis

02

Online Marketing Strategie

- Entwicklung einer ganzheitlichen Online Marketing Strategie
- IST-Analyse, Zielsetzung und Zielgruppe
- Strategische Ableitung von Maßnahmen & Instrumenten
- Customer Journey und Cross Channel

04

Facebook-Überblick

- Relevanz: Warum Facebook nicht tot ist
- Reichweite und die Funktionsweise des Newsfeed Algorithmus
- Erfolgsversprechende Contentkreation und Platzierung

08

Instagram für Unternehmen

- Instagram aus User- und Markensicht
- Überblick über essenzielle Werbemöglichkeiten
- Wie Profis arbeiten: Best Practice Beispiele

10

Youtube für Unternehmen

- Plattformaufbau und beliebte YouTuber
- Die richtige Kommunikation mit seiner Zielgruppe
- Wie Profis arbeiten: Best Practice Beispiele

12

Twitter für Unternehmen

- Profilaufbau und das Verfassen von Tweets
- Wie die Kommunikation auf Twitter funktioniert
- Wie man über Twitter verkauft: Erfolgreiche Vorbilder

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

13 Snapchat für Unternehmen

- Erreichbare Zielgruppe(n) auf Snapchat
- Aufbau der App: Snaps erstellen und Filter nutzen
- Werbemöglichkeiten und Best Practice Beispiele

15 Twitch als Marketingkanal

- Verständnis und Funktionsweise der Plattform
- Wie Unternehmen Twitch als Werbekanal nutzen können
- Best Practice Beispiel und relevante Influencer

17 LinkedIn als Marketingtool

- Wie LinkedIn funktioniert
- Strategische Überlegungen und Personal Branding
- Mit welchen Inhalten man punktet und sich von der Masse abhebt

19 E-Commerce Strategie und Positionierung

- Warum die (richtige) Positionierung so entscheidend für den Erfolg ist
- Bedeutung der „Marke“ für den Onlineshop
- Konkrete Ansätze zur Erarbeitung einer Positionierung im E-Commerce

21 Pricing im Onlineshop

- Grundlagen für gutes Pricing und das magische Dreieck
- Pricing Strategien und Lösungen für Einsteiger / Profis
- Pricing als Kaufimpuls

14 Werben mit TikTok

- TikTok als neuer Star am Social Media Himmel
- Wie die App funktioniert und wie man sie richtig nutzt
- Werbemöglichkeiten und Empfehlungen für die Implementierung

16 LinkedIn Advertising

- Werbeformate im Überblick
- Aufsetzen einer Kampagne live
- Kampagnenoptimierung und Checkliste

18 Die E-Commerce Welt

- Überblick in die verschiedenen Bereiche des E-Commerce
- Wichtige Wegweiser zur Orientierung
- Tipps zur Bewältigung von Vielfalt und Umfang der einzelnen Themenbereiche

20 Der eigene Onlineshop

- Zurück in die E-Commerce Zukunft: Relevanz und aktueller Status
- Verschiedene Shopsysteme im Vergleich mit Kostenangaben
- Starthilfe für den eigenen Onlineshop

22 Payment im E-Commerce

- Die wichtigen Zahlungsarten im Überblick
- Auswahl der Payment-Optionen und Herausforderungen
- Integration und Nutzung von Partnern

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

23

Usability

- Prinzipien erfolgreicher Usability
- Durchführung von Usability Tests und Praxiseinblicke
- Checkoutvarianten und Hinweise zu Responsive Webdesign sowie Mobile

25

Datenfeedmanagement

- Warum gute Produktdaten die Basis des Verkaufserfolges sind
- Wie Produktdatenqualität erreicht werden kann - Gütekriterien für besseren Inhalt und mehr Informationsqualität
- Live-Einblick in eine Feed Engine

27

Online Marktplätze

- Übersicht über relevante Online-Marktplätze
- Wie man auf Marktplätzen verkauft
- Live-Einblick Amazon: Produkte einstellen

29

Corporate Blogging

- Wie man einen Corporate Blog konzipiert
- Erstellen von Redaktionsplänen und Budgeteinschätzung
- Nützliche Tipps für die Vermarktung und Checkliste

31

Pricing für Agenturen

- Warum es so wichtig ist, verbindliche Preise im Vorfeld festzulegen
- Keine Abrechnung nach Zeitaufwand - Tipps zur Preisfindung im kreativen Bereich
- Wie Du Kundengespräche, Pitches und Preisverhandlungen meisterst

24

Verkaufen mit Lead Marketing

- Wie Lead Marketing im E-Commerce Umfeld eingesetzt wird
- Anleitung zur Leadgenerierung
- Umwandlung von Interessenten zu Käufern

26

Verkaufskanäle & Cross-Channel

- Verschiedene Verkaufskanäle auf einen Blick
- Öffentliche Marktplätze vs. eigener Onlineshop
- Warum sich auch im E-Commerce ein Offline-Denken empfiehlt

28

Kundenzentrierter Shopbetrieb

- Die Bedeutung von Customer Centricity
- Ansätze kundenorientierten Arbeitens
- So funktioniert kundenzentrierte Shopgestaltung
- Beispielhafte Bereiche für gute Kundenorientierung

30

Messenger Marketing

- Überblick über relevante Messenger Apps und ihre Kennzeichen
- Messenger als Unternehmen rechtlich sicher nutzen
- Künstliche Intelligenz: Wie man Chatbots richtig einsetzt

32

Podcast Marketing

- Was einen guten Podcast ausmacht
- Wie Unternehmen Podcasts als Marketingmöglichkeit nutzen können
- Wie man professionelle Podcasts erstellt

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

33

Sprachassistenten

- Was ist Conversion Optimierung?
- Einführung in das Thema
- Funktionsweise von Sprachassistenten
- Sprachassistenten im Online Marketing & Commerce erfolgreich einsetzen

34

Affiliate Marketing

- Einbindung in den klassischen Marketing-Mix
- Budgetsteuerung und Einsatz von Werbemitteln
- Konkrete Do's and Dont's im Affiliate Marketing

35

E-Mail Marketing

- Vorteile und Einsatzformen von E-Mail Marketing
- Kommunikationsplanung und Konzeption von Kampagnen
- Inhalte, Design, Versand und Analyse von Projekten

36

Zahlen und Analysen im Online Marketing

- Welche Zahlen und Statistiken im Online Marketing wichtig sind
- Wie man an (die passenden) Zahlen und Statistiken kommt
- Wie man Zahlen und Statistiken richtig interpretiert

37

Content Marketing

- Was Content Marketing ist und wofür man es braucht
- Texte verfassen nach dem Motto: Informationen lieben Emotionen
- Markenbildung durch Content Marketing

38

Die Unternehmenswebseite

- Warum überhaupt noch Webseite?
- Kriterien zur Auswahl des richtigen Systems
- Eine gute Besucherführung (Usability) als Kern eines gelungenen Online-Auftrittes

39

Display Advertising

- Für welche Ziele sich Display Advertising eignet
- Klassische Display Formate und Social Media
- Justierung und Messung von Display Kampagnen

40

Native Advertising

- Ausgangssituation, Werbeformate und Zielsetzung
- Vorbilder für erfolgreiches Native Advertising
- Herausforderungen und Vorteile der Werbeform

41

Programmatic Advertising

- Einsatzszenarien und Grundlagen programmatischer Werbung
- Was man unter SSP, DSP und DMP versteht
- Überblick über Targeting- und Kreation-Möglichkeiten

42

Cross Device Tracking

- Attribution und wesentliche Attributionsmodelle
- Methodenüberblick und Tracking der Customer Journey
- Wichtige Hinweise zum Datenschutz und konkrete Schritte

Der Lehrplan zum **Online Marketing Manager/in**

43

Suchmaschinenmarketing

- Essenzielle Grundlagen des Suchmaschinenmarketings
- Nutzung von Sistrix als SEO-Tool zur Domain-Analyse
- Die Google Ads Oberfläche: Einblick und Tipps für die ersten Schritte

45

Grundlagen Digital Analytics

- Einführung in die Welt der digitalen Analyse
- Das individuelle Bewerten von Kampagnen
- Google Analytics: Das Tool konkret bedienen lernen

47

Zusammenarbeit mit Agenturen

- Inhouse vs. Dienstleister: Entscheidungshilfen
- Strukturierte und sinnvolle Auswahl der richtigen Agentur
- Gestaltung einer wirkungsvollen Zusammenarbeit mit Dienstleistern

44

Google Ads

- Nutzer- und Suchintention verstehen
- Keywordanalysen durchführen
- Einblick on screen: Google Ads Konto / Kampagne

46

Conversion Optimierung

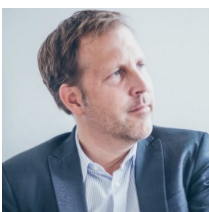
- Was ist Conversion Optimierung?
- Strategisches Vorgehen und A-B-Test-Ideen
- Praxistipps und Hinweise zur richtigen Interpretation von Ergebnissen

48

Online-Recht im E-Commerce

- Rechtliche Anforderungen im Online-Marketing
- Elementare Faktoren der Datenschutzgrundverordnung (DSGVO)
- Einfach sicher: Checkliste Impressumspflicht

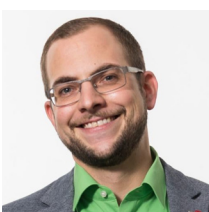
Ihre Dozenten - erfahrene Profis aus der Praxis



Dr. Carsten Ulbricht
Rechtsanwalt & Partner
Menold Bezler Rechtsanwälte



Dominic Alimi
Geschäftsführer
media:meets GmbH



Tobias Fox
Geschäftsführer
VERDURE Medienteam GmbH



Felix Beilharz
Keynote Speaker, Trainer, Dozent,
Consultant



Florian Frech

CEO & Founder
Frech & Freundlich Creative



Thomas Hörner

Berater und Dozent
E-Commerce Consulting Hörner



Tobias Looschelders

Inhaber
Digital Insight®



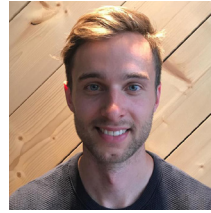
Patrick Klingberg

Digitaler Architekt, Speaker &
Dozent



Markus Kellermann

Autor, Podcaster
Geschäftsführer
xpose360 GmbH



Philipp Behncke

Geschäftsführer
Playfulmedia



Tobias Jungcurt

Geschäftsführer,
Feed Dynamics GmbH



Andreas W. Ditze

Geschäftsführer,
*Tripuls media innovations
GmbH*



Matthias Mehner

Managing Director & Chief
Marketing Officer
Messenger People



Michael Hülsiggensen

Payment Spezialist, Digital-Experte,
freier E-Commerce Consultant



Philipp Mikula

Online Marketing Consultant
advelo.io



Martin Liss

Managing Partner podcast360
und langjähriger
Medienmanager



Daniela Sprung

Gründerin
Blog4Business,
Corporate Blog Barcamp



Dina Brandt

Selbstständige Social Media
Strategin & Bloggerin
Millenial & Friends



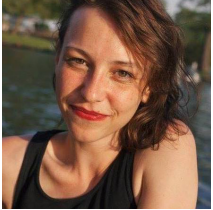
Yvonne Perdelwitz

Geschäftsführerin
postina.net



Stephanie Pelz

Head Of Marketing bei
*CinemaxX Entertainment
GmbH & Co. KG*



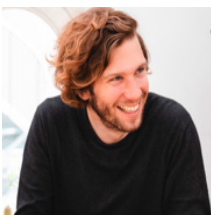
Anja Fordon

Social Strategist
Mozilla



Mathias Würdemann

Geschäftsführer
1-2-social



Marco Szeidenleder

Gründer
Pandata GmbH



Anna Mejeritskiy

Selbstständig
mit Schwerpunkt Performance
Marketing im B2B Bereich



Markus Hartmann

Selbstständiger Pricing Experte
und Inhaber
Pricing für Agenturen

Kontakt

WEKA Media GmbH & Co. KG
Social Media Akademie
Melchiorstraße 1
68167 Mannheim

0621 180 695 210
beratung@socialmediaakademie.de
www.socialmediaakademie.de