













KURSÜBERBLICK

Projektgruppe kennenlernen

	Erste Schritte 	Modul 1 	Modul 2 	Modul 3 	Projektwochen* 
Modultemen	<p>Der virtuelle Campus</p> <p>Einführung in den virtuellen Campus, den Aufbau und die Themen von Squared Online</p> <ul style="list-style-type: none"> • Der virtuelle Campus • Erfolgsstrategien der Zusammenarbeit • Die anderen Squares kennenlernen <p>Willkommen zu Squared Online</p> <p>Erste Live Session mit den Themen:</p> <ul style="list-style-type: none"> • Die digitale Disruption • Ihre Auswirkungen für Marken 	<p>Festlegen der Projektgruppen und welche Abschlussarbeit bearbeitet wird</p> <p>Digital Consumers</p> <ul style="list-style-type: none"> • Veränderungen von Kundenverhalten und Marken • Veränderungen besser verstehen und nutzen <p>Mobile</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wachstum im Mobilbereich • Wie Mobile die digitale Landschaft verändert <p>Kundenbindung im Social</p> <ul style="list-style-type: none"> • Weiterentwicklungen der Marken- und Kundenkommunikation <p>Video Content</p> <ul style="list-style-type: none"> • Wie trägt Video Content zur Marketingstrategie bei • Voice Content 	<p>Display Anzeigen</p> <ul style="list-style-type: none"> • Arten von Displaywerbung und ihre Vorteile • Rolle von Display in der Customer Journey <p>Data</p> <ul style="list-style-type: none"> • Prinzipien für einen holistischen Datenumgang • Inkrementalität <p>Google Analytics</p> <ul style="list-style-type: none"> • Showcase der Google Analytics Plattform • Wichtige Berichte und Hacks <p>Attribution</p> <ul style="list-style-type: none"> • Themeneinführung Attribution • Beispiele, wie Attribution am besten genutzt werden kann 	<p>Search</p> <ul style="list-style-type: none"> • Bedeutung von Search in einer integrierten Marketingkampagne (Schwerpunkt: Paid Search und Google Ads) • Voice Search <p>Programmatic</p> <ul style="list-style-type: none"> • Programmatisches Einkaufen • Auswirkungen auf die digitale Landschaft <p>Digital Trends</p> <ul style="list-style-type: none"> • Einblick in die wichtigsten Trends • Ausblick auf die Zukunft des digitalen Marketings 	<p>Variante 1: </p> <p>Digitales Marketingkonzept mit Schwerpunkt FMCG und Fokus auf ROPO und Voice</p> <p>Variante 2: </p> <p>Whitepaper zu einem bedeutenden digitalen Trend</p> <p>*Die Teilnehmenden müssen sich in ihren Gruppen am Anfang des Programms auf eine Variante festlegen. Eine nachträgliche Änderung ist aufgrund der Lernkurve nicht möglich.</p>
Dauer	1 Woche 	4 Wochen 	4 Wochen 	3 Wochen 	2 Wochen 
Lernziele	<ul style="list-style-type: none"> • Du kennst dich mit dem virtuellen Campus aus. • Du weißt, was in den nächsten Wochen auf dich zukommt. • Du kennst deine Gruppe und weißt, an welchem Abschlussprojekt ihr arbeitet. 	<ul style="list-style-type: none"> • Du weißt, wie man Personas erstellt. • Du kannst ein Framework zu Segmentierung anwenden und Signals richtig nutzen. • Du kennst die wichtigsten Voraussetzungen, Mobile Kunden über Social Media oder Voice zu erreichen. • Zusammen mit deiner Gruppe seid ihr in der Lage diese Punkte in eurem Projekt zu berücksichtigen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Du weißt, welche Display Anzeigen und Touchpoints in der Customer Journey am besten zusammenpassen. • Du weißt, wie man Daten smart nutzt, und worauf Unternehmen je nach Größe achten müssen. • Du kennst die wichtigsten Hacks bei Google Analytics und kannst Attributionsmodelle richtig analysieren, um die Journey deiner Kunden optimal zu verstehen. 	<ul style="list-style-type: none"> • Du weißt, wie du die Vorteile von Search für deine Marke nutzen kannst, kennst das Suchverhalten deiner Kunden und kannst eine komplette Customer Journey auf Personas abbilden. • Du weißt, wie du durch Programmatic automatisierte und personalisierte Anzeigen in den unterschiedlichen Phasen der Customer Journey erfolgreich einsetzen kannst. • Du kennst die wichtigsten Trends und weißt, wie du sie für deine Marke und in deinem Unternehmen fördern kannst. • Zusammen mit deiner Gruppe seid ihr in der Lage diese Aspekte in die Projektarbeit zu integrieren. 	<ul style="list-style-type: none"> • Du kannst zusammen mit einem virtuellen Team das Gelernte praxisnah umsetzen und anhand der Bewertung unserer Prüfer einen Action Plan für dich und dein Business erstellen.