

Wil je nog beter worden in Data Analytics?

Workshop Data Analytics: Advanced (niveau 2)

De afgelopen 2 jaar organiseerde de Mediafederatie Academy uiteenlopende workshops, masterclasses en inspiratiesessies over data gedreven marketing. De vraag naar meer trainingen blijft onverminderd groot. Dat is niet zo gek: nieuwe tools volgen elkaar in hoog tempo op en komen ook beschikbaar voor kleinere uitgeverijen. En zonder de juiste marketingdata raakt je organisatie achterop in de markt. Data Analytics stellen je in staat om de effectiviteit van je (content)marketing te vergroten door personalisatie, (re)targetting, gedifferentieerde distributie en dynamische beprijzing. Uiteindelijk ben je in staat om je online marketingstrategie te plannen en te automatiseren.

Daarom organiseren we drie praktische workshops over Data Analytics. De nadruk ligt op het leren toepassen van data in de eigen online marketingaanpak. Interactie, leren van elkaar en werken aan praktijkopdrachten staan centraal. Om alle deelnemers voldoende aandacht te kunnen geven, is het aantal deelnemers per workshop beperkt tot maximaal 20. VOL = VOL. **Je kunt je nu aanmelden voor een of meer workshops. Als je je aanmeldt voor alle drie dan doe je een stoomcursus Data Analytics.**

NIVEAU 2

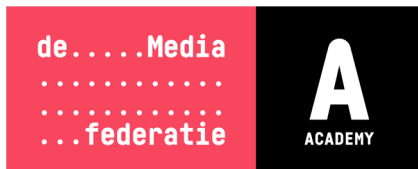
In deze workshop gaan we dieper in op Google Analytics en bekijken we hoe je daar nog meer uit kan halen. Dat betekent dat de onderwerpen van de workshop *Data Analytics: de basis (niveau 1)* geen geheimen voor je heeft of dat je die op 12 mei jl. hebt gevolgd. Kijk ook goed naar de onderwerpen die hieronder in het programma staan vermeld.

DOEL EN RESULTAAT VAN DE WORKSHOP

Je gebruikt Google Analytics regelmatig en weet wat bezoekers op je website doen. Maar je weet ook dat er nog veel meer mogelijk is. Leer hoe je meer uit Google Analytics kan halen voor je uitgeverij en portfolio. In deze workshop komen alle relevante gevorderde aspecten van Data Analytics aan bod. Je krijgt inzicht in hoe je Google Analytics zo optimaal mogelijk kan gebruiken en inzet voor uitgebreide analyses. Aan het eind van de workshop

- weet je hoe je customer data toevoegt, hoe je KPI's instelt en hoe je werkt met conversies;
- kun je de data van KPI's vertalen naar geavanceerde rapportages;
- ben je bekend met analysemethoden en weet hoe je die kan interpreteren en toepassen;
- weet je hoe je je rapportages kan vertalen naar verbeteracties voor je website;
- ben je bekend met de flexibiliteit en de mogelijkheden van een customer dashboard.

[MELD JE DIRECT AAN](#)



PRAKTISCH

Voor wie?	Marketeers, redacteuren en data analisten. Maximaal 30 deelnemers
Wanneer?	Maandag 19 oktober 2020, 09.45 – 16.00 uur (inclusief registratie)
Waar?	Aristo meeting center Amsterdam, Teleportboulevard 100, 1043 EJ Amsterdam
Kosten?*	GAU biedt leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 149,-* GEU-leden betalen € 249,-* MMA subsidieert per lid één van de drie workshops (niveau 1, 2 of 3) volledig* MVW subsidieert deelname van leden volledig* NDP Nieuwsmedia-leden leden € 249,-* Niet-leden: € 498,-* Freelancers en zzp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen en subsidies die wij onze lidbedrijven bieden.

LET OP! Prijzen zijn excl. btw. DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJENKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJENKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG IN REKENING GEBRACHT. Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden. Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen.

PROGRAMMA

09.45	Ontvangst en registratie
10.15	Start workshop ochtendprogramma
11.15	Korte pauze
11.30	Tweede deel ochtendprogramma
12.30	Lunchpauze
13.00	Start workshop middagprogramma
14.00	Korte pauze
14.15	Tweede deel middagprogramma
15.15	Korte pauze
15.30	Afronding en afsluiting workshop
16.00	Einde workshop

ONDERWERPEN

- Events
- E-commerce koppeling
- Doelen
- UTM
- Customer dimensies
- Koppeling Search Console
- Koppeling Google Adwords
- Koppeling Tag-manager
- Secundaire dimensies
- Segmenten
- Regex
- Doelgroepen
- Conversie-attributie

SPREKER

De drie workshops worden gegeven door [Jonas Nouwen](#).


Jonas Nouwen is online strateeg en expert op het gebied van online marketing en native advertising. Hij heeft gewerkt met verschillende toonaangevende internetbureaus, uitgevers en mediabedrijven. Hij was directeur van de branchevereniging van internetbureaus in Nederland (DDA – Dutch Digital Agencies) en is co-founder van Bladendokter.nl en The Big Story. Zijn expertise beslaat meerdere aspecten van online communicatie, zoals online strategie, branded content, sales, social marketing en publishing. Jonas werkt als consultant en interim-manager en geeft geregeld trainingen en lezingen.

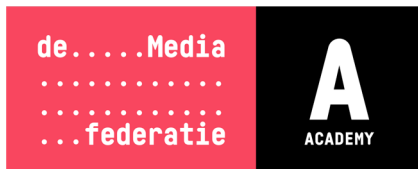


DATA MATURITY MODEL

De maturity-niveaus in het model definiëren schalen van volgroeiheid in relatie tot data-gedreven werken. Er zijn vijf niveaus: ad hoc, opportunistisch, systematisch, onderscheidend en transformerend. Op welk niveau jouw uitgeefmediabedrijf zich bevindt, kun je bepalen aan de hand van vier onderwerpen: management, organisatie, data en technologie. Hoe meer een uitgeefmediabedrijf zich aan de rechterkant van het model bevindt, hoe verder dit bedrijf is wat betreft data-gedreven werken. Het model ziet er als volgt uit:

DATA MATURITY MODEL

 1 AD HOC	2 OPPORTUNISTISCH	3 SYSTEMATISCH	4 ONDSCHIEDEND	5 TRANSFORMEREND	
MANAGEMENT	<ul style="list-style-type: none"> • Helemaal geen strategisch belang • Geen verantwoordelijke medewerkers 	<ul style="list-style-type: none"> • Geen strategisch belang • Verantwoordelijke medewerkers 	<ul style="list-style-type: none"> • Redelijk strategisch belang • Verantwoordelijkheid ligt in takenpakket van een directielid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisch belangrijk • Verantwoordelijkheid is hoge prioriteit in takenpakket van een directielid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategisch heel belangrijk • Er is een directielid compleet verantwoordelijk
ORGANISATIE	<ul style="list-style-type: none"> • Geen strategie en beleid • Een paar werknemers zijn ermee bezig • Geen beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Vage strategie en beleid • Kleine groep experts zijn ermee bezig • Vaag beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Strategie en beleid aanwezig • Afdeling met experts zijn ermee bezig • Duidelijk beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Duidelijke strategie en beleid • Experts verspreid door de organisatie zijn ermee bezig • Duidelijk en goed gecommuniceerd beleid 	<ul style="list-style-type: none"> • Zeer duidelijke strategie en beleid • Iedereen in het bedrijf is expert en ermee bezig • Duidelijk en goed toegepast beleid
DATA	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit data-analytics is zeer laag • Alleen verantwoordelijken hebben toegang • Er wordt geen data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit data-analytics is laag • Verantwoordelijke en klein groepje hebben toegang • Er wordt weinig data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is redelijk • Redelijk veel werknemers hebben toegang • Er wordt redelijk veel data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is goed • Meeste werknemers hebben toegang • Er wordt veel data opgeslagen 	<ul style="list-style-type: none"> • Kwaliteit van data-analytics is zeer goed, • Iedereen heeft toegang • Alle data wordt opgeslagen
TECHNOLOGIE	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een basic analytics pakket 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van basic analytics pakket • Data delen via excel 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via simpele dashboards 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via geavanceerde dashboards 	<ul style="list-style-type: none"> • Aanwezigheid van een geavanceerd analytics programma • Data delen via Big Data algoritmes



INFORMATIE

Voor meer informatie neem je contact op met Judith Sloothaak, telefoon 020 - 430 91 65.

Inschrijfformulier

*Betalings- en annuleringsvoorwaarden

LET OP! Prijzen zijn excl. btw. DOOR DE KLEINSCHALIGHEID VAN ONZE BIJENKOMSTEN ALS GEVOLG VAN COVID-19 WORDT DEELNAME DEELS UIT DE LEDENCONTRIBUTIE GEFINANCIERD. JOUW INSCHRIJVING VOOR DEZE BIJENKOMST WORDT DAAROM ALS DEFINITIEF BESCHOUWD. BIJ AFMELDINGEN WORDT IN ALLE GEVALLEN HET GEHELE BEDRAG IN REKENING GEBRACHT. Dit geldt óók voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden. Mocht je onverhoopt verhinderd zijn om deel te nemen, dan kun je altijd een collega jouw plaats in laten nemen.

Voor werkgevers zijn deze zakelijke scholingskosten fiscaal aftrekbaar. Voor particulieren zijn scholingskosten aftrekbaar van de inkomstenbelasting. Daarbij geldt een drempelbedrag van € 250,-.