



Starten met of beter worden in Data Analytics
Workshop Data Analytics: de basis (niveau 1)
EXTRA SESSIE

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. **Als je je aanmeldt voor alle drie de workshops dan doe je een stoomcursus Data Analytics.**

NIVEAU 1

Beginners met geen tot weinig ervaring met Google Analytics. Deze workshop richt zich op organisaties en deelnemers die zich bevinden in de overgang van een ad hoc naar een systematisch marketing data gedreven organisatie in het Data Maturity Model hieronder. Kijk ook goed naar de onderwerpen in het programma van deze workshop.

DOEL EN RESULTAAT VAN DE WORKSHOP

Google Analytics geeft inzicht in alles wat zich op je website afspeelt. Je leert de betekenis van deze gegevens te doorgronden en te interpreteren zodanig dat je weet hoe je ze kan 'vertalen' en inzetten om meer conversie en activatie te bewerkstelligen. In deze workshop komen alle relevante basisaspecten van Data Analytics aan bod. Je krijgt inzicht in de rapportages en leert de basis van Google Analytics toepassen aan de hand van diverse werk- en analysemodellen. Aan het eind van de workshop

- weet je hoe je Google Analytics inricht;
- weet je hoe je met standaardrapportages werkt;
- ben je in staat mogelijkheden tot verbetering te signaleren aan de hand van analyses.

PRAKTISCH

Voor wie? Marketeers, redacteuren en data-analisten. Maximaal 17 deelnemers
Wanneer? **Maandag 21 september 2020, 09.45 - 16.00 uur**
Waar? de Mediafederatie, Hogehilweg 6, 1101 CC Amsterdam
Kosten?* GAU-leden: GAU biedt leden een subsidie van € 100,-; zij betalen € 149,-*
GEU-leden: € 249,-*
MMA-leden: MMA subsidieert per lid 1 workshop (niveau 1, 2 of 3) volledig*
MVW-leden: MVW subsidieert deelname van leden volledig*
NDP Nieuwsmedia-leden: € 249,-*
Niet-leden: € 498,-*

[MELD JE DIRECT AAN](#)



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

- Het inrichten van Google Analytics
- Doelstellingen en KPI's
- Filters en profielen
- Werken met standaardrapportages
- Interpretieren en analyseren van rapportages

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

Prijzen zijn excl. btw. Vanwege de huidige kleinschaligheid van onze bijeenkomsten als gevolg van coronamaatregelen wordt deelname helemaal of deels uit de ledencontributie gefinancierd. **Graag wijzen we je erop dat daarom bij afmelding/no show in alle gevallen het gehele bedrag van € 249,- in rekening wordt gebracht (dit geldt ook voor alle GAU-, MMA- en MVW-leden; de ledenkorting vervalt in dat geval).** Uiteraard kan je wel altijd een collega in jouw plaats laten deelnemen. Bedankt voor je begrip voor deze maatregel, die wij helaas hebben moeten nemen om de continuïteit van de Academy-bijeenkomsten te kunnen waarborgen. Freelancers/zzp'ers komen niet in aanmerking voor kortingen/subsidies.

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