



Digital Analytics

Data Management & Reporting

Fokus

Du lernst, wie man digitales Nutzerverhalten mit Tracking-Technologien messbar macht (z. B. via GA4, Tag Manager, Tealium), die gewonnenen Daten analysiert und daraus Optimierungspotenziale für Websites, Apps oder Kampagnen ableitet. Du arbeitest eng mit IT, Marketing- und Produktteams zusammen und verstehst, wie Daten entlang der Customer Journey aktiviert werden.

Du lernst, wie man Daten aus verschiedenen Systemen (online & offline) strukturiert aufbereitet und analysierbar macht und in aussagekräftige Reports überführt. Du entwickelst Datenmodelle, erstellst Dashboards und hilfst Unternehmen, datenbasierte Entscheidungen zu treffen – auch automatisiert.

Typische Aufgaben

- Konzeption und Umsetzung von Tracking-Strategien
- Interpretation von Verhaltens- und Kampagnendaten
- Datenbasierte Optimierungsvorschläge für die User Experience & Marketingmassnahmen
- Erstellung von aussagekräftigen Dashboards
- Kombination von Online- & Offline-Kundendaten für eine umfassende Sicht auf das Kundenverhalten
- Aktivierung von Daten z. B. für Retargeting
- Mit Machine Learning (KI) Muster in den Daten erkennen

- Datenaufbereitung: Extrahieren, bereinigen und transformieren von Rohdaten
- Entwicklung konsistenter Datenmodelle mit hoher Qualität
- Gestaltung automatisierter Dashboards und Reports für unterschiedliche Zielgruppen, die komplexe Daten auf einen Blick verständlich machen
- Aufbau von ETL-Strecken & API-Schnittstellen zur Entwicklung automatisierter Workflows
- Vorbereitung und Kommunikation der Daten für unterschiedliche Zielgruppen sowie Unterstützung bei der Integration in die Geschäftsprozesse.

Tools & Technologien

Google Analytics, Google Tag Manager, Looker Studio, Adobe Analytics, Tealium, Contentsquare, Machine Learning, Google Cloud

Tableau, Power BI, Google Cloud Platform, BigQuery, Python, APIs, Adverity, ETL-Prozesse

Wozu du beiträgst

Du hilfst Unternehmen zu verstehen, wie sich Menschen digital verhalten – und wie sie Websites, Apps und Kampagnen gezielt verbessern können. Deine Analysen schaffen die Basis für bessere Nutzererlebnisse und datenbasierte Entscheidungen im Marketing.

Du schaffst die Grundlage für fundierte Entscheidungen – durch saubere Datenmodelle, automatisierte Reports und verständliche Dashboards. Du machst komplexe Daten zugänglich und unterstützt Teams dabei, den Überblick zu behalten und wirksam zu handeln.

Was du mitbringen solltest

Interesse an Daten, analytischem Denken und digitalen Prozessen. Technikaffinität und ein hoher Anspruch an die eigene Arbeitsqualität. Freude daran, mit Menschen zu arbeiten – insbesondere, wenn es darum geht, komplexe Sachverhalte verständlich zu erklären und gemeinsam Lösungen zu entwickeln.