

Growth Marketing Spezialist:in

Werde zum Marketing-Profi mit KI-Skills und Growth Strategien

Dauer

91 Tage

Zertifikat

WBS-Zertifikat

€ **Preis**

Wir beraten dich gerne zu deinen individuellen Fördermöglichkeiten.

Fördermöglichkeiten

[Bildungsgutschein](#)

Aktuelle Termine

📅 03.11.2026 – 23.03.2027

📅 17.11.2026 – 08.04.2027

📅 02.12.2026 – 22.04.2027

Kontakt

Dein Kontakt für München

+49 89 539063950

muenchen@wbstraining.de

Anschrift

WBS TRAINING in München

Seidlstraße 3

80335 München

Dies ist ein Angebot von WBS TRAINING.

Kursbeschreibung

Was macht eigentlich Growth Marketing Manager:innen aus?

- Growth Marketing Manager:innen zeichnen sich durch die Bereitschaft aus, kontinuierlich zu lernen. Growth Marketing lebt von ständigem Experimentieren und Lernen.
- Erfolgreiche Growth Marketing Manager:innen entwickeln ganzheitliche Lösungen. Daher arbeiten sie eng mit verschiedenen Abteilungen wie der Produktentwicklung, dem Vertrieb und dem Kundenservice zusammen.
- Growth Marketing Manager:innen bringen eine Affinität zu Zahlen und Daten mit – Marktanalysen, A/B-Testing und Tracking von Customer-Lifecycles/Journeys gehören zu ihren Aufgaben

Wie kann Growth Marketing Unternehmen helfen? Skalierung und Wachstum:

- Growth Marketing ist heute ein essenzieller Ansatz für Unternehmen, die in einem wettbewerbsintensiven Umfeld erfolgreich wachsen möchten.
 - Growth Marketing bietet in der Kombination von Datenanalyse, Kreativität und Experimentierfreude die besten Voraussetzungen für nachhaltigen Erfolg, wenn Unternehmen schnell und effizient wachsen möchten.
-

Kursinhalte

Einführung in unser Online-Lernformat (1 Tag)

Agile Transformation – Growth Hacking vs. Management (10 Tage)

- Agile Transformation im Kontext – gemeinsames Verständnis und Erwartungsabgleich
- Klassisches Management: Stärken und Grenzen – Managementdenken verstehen, nicht verteufeln
- Agile Mindsets und Prinzipien – Fundament für agiles Denken schaffen
- Agile Frameworks im Überblick – Werkzeuge kennen und einordnen
- Growth Hacking: Ursprung und Denkweise – Growth Hacking als Gegenpol zum Management verstehen
- Growth Hacking-Methoden und -Tools – Growth praktisch anwenden
- Spannungsfeld: Growth Hacking vs. Management – Konflikte erkennen und auflösen
- Agile Leadership und neue Führungsrollen – Führung neu definieren
- Agile Transformation gestalten – Transformation ganzheitlich planen
- KI Einsatz im Growth Hacking

Growth Marketing Mix – Effectiveness & Performance (10 Tage)

- Einführung in Growth Marketing und Performance-Denken – Verständnis für Growth Marketing als ganzheitlichen Ansatz
- Growth Marketing Technologie
- Zielgruppen, Personas & Customer Insights – kundenzentrierte Marketingentscheidungen treffen
- Marketing Effectiveness – Strategie und Wirkung – Wirksamkeit von Marketingmaßnahmen beurteilen
- Performance Marketing und Kanäle – Performance-Kanäle verstehen und vergleichen
- Content, UX und Conversion Optimierung – Conversion-Hebel identifizieren
- Data, Tracking und Marketing-Analytics – Performance messen und interpretieren
- Testing, Experimente und Optimierung – kontinuierliche Verbesserung umsetzen
- Budgetierung, Effizienz & ROI – Wirtschaftlichkeit von Marketing bewerten
- Integration: Der Growth Marketing-Mix – alle Elemente strategisch verbinden

Growth Kreativstrategie und Planung – A/B-Testing (10 Tage)

- Einführung: Growth, Kreativität und Testing – Verständnis für kreative Growth-Logik
- Zielgruppen & Insights als Basis der Kreativstrategie – Kreativität aus Nutzer-Insights ableiten
- Kreativstrategie im Growth-Kontext – strategische Leitplanken für Creatives setzen
- Kreativkonzepte und Content-Formate – wirksame Kreativkonzepte entwickeln
- Grundlagen A/B-Testing und Experiment-Design – Tests korrekt planen
- A/B-Testing von Creatives und Botschaften – Kreative Elemente gezielt testen
- Auswertung, Interpretation und Learnings – Testergebnisse richtig interpretieren
- Skalierung und Creative Optimization – Erfolgreiche Creatives systematisch skalieren
- Integration: Kreativstrategie und Testing im Marketing-Mix – Testing als festen Prozess etablieren

Branding und Mission – Brandbuilding (10 Tage)

- Einführung: Marke, Identität und Wirkung – Grundverständnis moderner Markenführung
- Purpose, Mission & Vision – Sinn und Richtung einer Marke definieren
- Markenidentität und Positionierung – klare Differenzierung im Markt schaffen
- Markenstrategie und Brand Architecture – Langfristige Markenstrategien entwickeln
- Brand Design und visuelle Identität – visuelle Markenidentität verstehen & steuern
- Brand Voice, Storytelling und Content – Marke sprachlich erlebbar machen

- Brand Experience und Touchpoints – Marke konsistent erlebbar machen
- Brandbuilding in digitalen Kanälen – Marken digital aufbauen und stärken
- Markensteuerung, Messung und Governance – Markenerfolg messbar machen

Innovation & Design – UI/UX (10 Tage)

- Einführung: Innovation, Design und User-Centered Thinking – Verständnis für nutzerzentrierte Innovation
- Nutzerforschung und Problemverständnis (UX-Research) – Nutzerbedürfnisse valide erheben
- Ideation und kreative Lösungsfindung – vielfältige Lösungsansätze entwickeln
- UX-Konzeption und Informationsarchitektur – strukturierte Nutzerführung entwickeln
- Interaction Design und Usability – Interaktionen nutzerfreundlich gestalten
- UI Design: Visuelle Gestaltung und Designsysteme – Ästhetische und konsistente Interfaces gestalten
- Prototyping und Testing – Ideen testbar machen
- UX und Business: Strategie, KPIs und Innovation – UX mit Business-Zielen verbinden
- Umsetzung, Zusammenarbeit und Skalierung – UX nachhaltig in Organisationen verankern

Marktforschung und Datenanalyse – Insights/Research (10 Tage)

- Einführung: Marktforschung und datenbasierte Entscheidungen – Verständnis für Research als Entscheidungsgrundlage
- Forschungsdesign und Fragestellungen – saubere Research-Setups entwickeln
- Qualitative Marktforschung – tiefes Kundenverständnis gewinnen
- Quantitative Marktforschung – messbare Marktdaten erheben
- Datenaufbereitung und Analyse-Grundlagen – Rohdaten in analysierbare Daten überführen
- Vertiefte Datenanalyse und Mustererkennung – Zusammenhänge erkennen und erklären
- Insights, Personas und Storytelling mit Daten – relevante Insights formulieren
- Markt-, Wettbewerbs- und Trendanalyse – Marktumfeld systematisch analysieren
- Research-Reporting und Entscheidungsunterstützung – Forschungsergebnisse wirksam kommunizieren

Customer Journey, Communities & Media – Success Management (10 Tage)

- Einführung: Customer Journey, Communities und Media – ganzheitliches Verständnis von Kundenbeziehungen
- Zielgruppen, Bedürfnisse und Customer Insights – Kundenverhalten verstehen
- Customer Journey Mapping und Experience Design – Customer Journeys strukturieren
- Media-Strategie entlang der Customer Journey – Medien gezielt einsetzen
- Content und Storytelling für Journey und Community – relevante Inhalte entwickeln
- Community-Aufbau und Engagement – Communities nachhaltig aufbauen
- Community Success und Relationship Management – langfristige Bindung schaffen
- Erfolgsmessung: CX-, Community- und Media-KPIs – Erfolg messbar machen
- Integration - Journey, Community und Media als System - Alle Elemente strategisch verbinden

Produkt- und Markttests – Advanced Data Analysis (10 Tage)

- Einführung: Testing, Experimente und datenbasierte Entscheidungen – Verständnis für Advanced Testing und Analytics
- Experimentdesign und Testmethodik – saubere Test-Setups entwickeln

- Datenquellen und Datenqualität – belastbare Datengrundlagen schaffen
- Deskriptive und explorative Datenanalyse – Muster und Zusammenhänge erkennen
- Inferenzstatistik für Produkt- und Markttests – Testergebnisse statistisch absichern
- Regressions- und Treiberanalysen – Wirkungstreiber identifizieren
- Segmentierung und Advanced Analytics – Zielgruppen- und Marktmuster erkennen
- Kausalanalyse und Entscheidungslogik – Ursache-Wirkungs-Beziehungen bewerten
- Insight-Generierung und Entscheidungsunterstützung – Ergebnisse wirksam kommunizieren

Engineering-Hacks – Growth Engineering (10 Tage)

- Growth Engineering und techgetriebenes Wachstum – Verständnis für Growth Engineering als Disziplin
- Growth Frameworks und technische Hypothesen – strukturierte Growth-Ansätze entwickeln
- Tracking, Events und Datenarchitektur – saubere Messbarkeit herstellen
- Automatisierung und Growth Hacks – Prozesse automatisieren und skalieren
- Performance, UX & Conversion Engineering – Technische Optimierung für Wachstum nutzen
- Data Engineering und Advanced Analytics – Wachstum datengetrieben steuern
- Skalierung, Reliability und Security – Growth-Lösungen stabil und sicher betreiben
- Growth Engineering im Produkt und Team – Growth Engineering organisatorisch verankern

Lernziele

Du lernst in unserer Weiterbildung zur Growth Marketing Specialist:in:

- Customer Journeys systematisch zu analysieren und zu gestalten sowie Communitys strategisch aufzubauen und zu aktivieren. Du lernst, Paid, Owned und Earned Media gezielt entlang der Customer Journey einzusetzen und deren Erfolg, Wirkung und Bindung zu messen und zu optimieren.
- den Growth Marketing Mix strategisch zu planen und Marketingmaßnahmen hinsichtlich Effectiveness (Wirksamkeit) und Performance (Effizienz) zu bewerten. Du lernst, KPIs, Funnels und Daten souverän einzusetzen sowie Kampagnen systematisch zu testen, zu optimieren und zu skalieren.
- mithilfe des Business Model Canvas und der Empathy Map geeignete Strategien für Unternehmen zu entwickeln. Du leitest aus Insights fundierte Hypothesen ab, entwickelst kreative Growth-Strategien und lernst, A/B-Tests korrekt zu planen, durchzuführen und auszuwerten sowie Creatives datenbasiert zu optimieren.
- verschiedene Ansätze des Empfehlungsmarketings, Netzwerkmarketings, Referenzverkaufs, Affiliate-Marketings und der Co-Creation gezielt für Wachstum einzusetzen. Du erfährst, wie du Produktbewertungen, User-Generated Content und persönliche Empfehlungen nutzen kannst, um Reichweite, Vertrauen und Wachstum zu fördern.
- Influencer- und Brand-Ambassador-Marketing gezielt einzusetzen und Empfehlungen in den Verkaufsprozess zu integrieren. Du lernst außerdem, wie du Affiliate-Marketing als Strategie zur Generierung von Empfehlungen nutzen kannst.
- die Bedeutung von Marketing-Automation und Predictive Analytics kennen und Tracking, Automatisierungen und Experimente gezielt einsetzen. Du lernst, Growth-Maßnahmen datenbasiert zu messen, zu testen und kontinuierlich zu optimieren.
- Innovationsprozesse nutzerzentriert zu gestalten und UX-Research zu planen und durchzuführen. Du entwirfst intuitive User Interfaces und lernst, Ideen zu prototypisieren, mit Nutzer:innen zu testen und iterativ weiterzuentwickeln.

- Marktforschungsprojekte systematisch zu planen sowie qualitative und quantitative Daten zu erheben. Du lernst, Daten zu analysieren, zu interpretieren und zu visualisieren und daraus fundierte Insights für Marketing, Produkt und Strategie abzuleiten.

Unterrichtsform

Vollzeit

Zielgruppe

Arbeitssuchend, Akademiker:in / Studiaussteiger:in, Berufserfahren, Berufstätig

Teilnahmevoraussetzung

- Offenheit für neue Technologien im Bereich KI und Medienentwicklung sowie fundierte Grundkenntnisse im Marketing sind erforderlich.
- Eine abgeschlossene Berufsausbildung und/oder ein Studium. Grundlagenkenntnisse in der Audio-, Video- oder Bildgestaltung, in Office sowie Kenntnisse in den Marketingdisziplinen wie z. B. Social Media etc. sowie Englisch sind Voraussetzung.
- Eine ausgesprochene Affinität zum Thema Marketing und KI/AI. Der Kurs ist auch für Studienabbrecher:innen offen.

Perspektiven nach der Qualifizierung

Als Hauptansprechpartner:in steuerst du die Projekte und entwickelst neue Lösungen. Deine Schlüsselposition findest du in Agenturen oder auf Unternehmensseite zwischen dem internen Team, sowie den Mitarbeiter:innen des Kunden. Als Growth Marketing Spezialist:in liegt dein Hauptaugenmerk darauf, alle Prozesse, Ziele und Deadlines stets im Blick zu behalten.

Zu deinen Hauptaufgaben gehören:

- Suchvolumen-Analysen und Kalkulationen zum Start von Kampagnen,
- kanalübergreifende Auswertungen von Werbemittel-Tests bezüglich der Klickraten,
- Monitoring von Nutzerverhalten in den Daten der Kohortenanalyse,
- Umsetzung von Empfehlungen, um mithilfe genannter Daten die Zielkennzahlen zu erreichen.

Link zum Angebot

➔ [Growth Marketing Spezialist:in](#)

Ausgezeichnete Bildung.



DQS-zertifiziert nach
DIN EN ISO 9001:2015 Reg.-Nr. 015344 QM15
Zulassung nach AZAV Reg.-Nr. 015344 AZAV

