

WORKSHOP

# DATA-DRIVEN MARKETING

Daten-Kultur etablieren | Mitarbeiter einbinden | Methodenkompetenz aufbauen

Im Zeitalter der Digitalisierung sind Daten der wichtigste Rohstoff. Um ihn nutzen zu können benötigen Mitarbeiter neue digitale Kompetenzen, die richtigen Einstellungen sowie eine datengetriebene Kultur. Was genau heißt das?

Im Workshop wird ein Bezugsrahmen mit sieben Schlüsselfaktoren und Kernkompetenzen behandelt, mit dem Sie sich und Ihr Team für die Zukunft fit machen können. Anhand praktischer Beispiele wird aufgezeigt, warum analytisches Denken, Neugier und Integration zentrale Fähigkeiten sind und wo die Agilität gesteigert werden muss. Um Entscheidungsprozesse zu beschleunigen und Budgets zu sichern wird die Rolle von Data-Storytelling ebenso beleuchtet wie die Fähigkeit, Aktivitäten und Erkenntnisse in wirtschaftlichen Mehrwert zu übersetzen.



Agilität steigern



Analytisch denken



Integration fördern



Kundenorientierung leben



Neugierig sein



Storytelling beherrschen



Unternehmerisch handeln

## ZIELGRUPPE:

Der Workshop richtet sich an Marketingprofis und Verantwortliche für Digitalisierung, sowie an jeden, der datengetriebene, analytische Ansätze als Erfolgsvoraussetzung sieht und Interesse am Einsatz in seinem Unternehmen hat.

## NUTZEN:

In einer Mischung aus Wissensvermittlung, Gruppenübungen und Austausch lernen die Teilnehmer notwendige Einstellungen sowie Kernkompetenzen zur Umsetzung von Data-Driven Marketing kennen. Mit Bezug auf ihre spezifischen Ziele und konkreten Pläne legen sie Maßnahmen zur direkten Anwendung datengetriebener Ansätze fest.

## REFERENT:

Lutz Klaus ist Experte für Data-Driven Marketing, Funnel und Lead Management sowie Marketing Automation. Er hat 35 Jahre internationale B2B Marketing- und Vertriebserfahrung. 2016 gründete er die Beratungsagentur Marketing ROI Experts. Seit mehr als 20 Jahren beschäftigt er sich mit Messbarkeit im Marketing sowie datengetriebenen Ansätzen und hat die Methoden in vielen Unternehmen erfolgreich eingeführt. Lutz ist zertifizierter Daten-Strategie-Designer. 2020 erschien sein Buch „Data-Driven Marketing und der Erfolgsfaktor Mensch“.

*„Wenn Sie eine datengetriebene, kollaborative Leistungskultur in Ihrem Marketing etablieren wollen, sind Sie bei Lutz Klaus in den richtigen Händen. Seine langjährige Erfahrung, sein Wissen, sein strategisches Denken und seine Fähigkeit, auf individuelle Kundenbedürfnisse einzugehen, gehören zu den entscheidenden Erfolgsfaktoren für unser strategisches Marketingprojekt.“*

**Ksenia Siipola**

Marketing Operations and Insights  
Manager, LucaNet AG



## WEITERE INFORMATIONEN UND BUCHUNG:

[06402 8059081](tel:064028059081)  
[lklaus@marketing-roi.eu](mailto:lklaus@marketing-roi.eu)



## TAG 1

Start

### Einführung: Datengetriebene Ansätze als Chance begreifen und nutzen

- Was genau ist „Data-Driven Marketing“ und warum ist es wichtig?
- Grundlagen Data Thinking: Analytischer Reifegradmodelle und Treiberbäume
- Sieben Schlüsselfaktoren und Kernkompetenzen für Mitarbeiter

1

### Agilität an den richtigen Stellen steigern

- Bei welchen Aufgaben Schnelligkeit wirklich wichtig ist
- Time-to-Market: Wie steigern Sie die Agilität bei Kernprozessen
- Umsetzungsgeschwindigkeit erhöhen durch zielgerichtete Priorisierung

2

### Analytisches Denken mit effektiven Methoden ermöglichen

- Was bedeutet „analytisches Denken“ und worauf kommt es an?
- Umsätze analytisch steigern und wahre KPIs definieren mit Kennzahlentreiberbäumen
- Praxisübung: Entwicklung Customer Journey und Identifikation analytischer Optimierungsansätze

3

### Integration abteilungsübergreifend fördern und (Daten-)Silos abbauen

- Der Unterschied zwischen Zusammenarbeit und Integration
- Die Rolle von Führungskräften und Mitarbeitern
- Praxisübung: Maßnahmen zur Förderung der Integration

## TAG 2

4

### Kundenorientierung (auch) über Daten leben

- Wie Daten die Kundennähe zurückgeben
- Warum nur Primärdaten einen Wettbewerbsvorteil darstellen
- Personas und Customer Journeys entwickeln und datengestützt evaluieren

5

### Neugierig sein und Innovationen fördern

- Neugier als Voraussetzung für Experimente
- Datenorientierte Kommunikations- und Frage-Kultur etablieren
- Praxisübung: Programme und Teams zur Förderung von Neugier aufsetzen

6

### Data-Storytelling beherrschen und Entscheidungsprozesse beschleunigen

- Der Unterschied zwischen Geschichten erzählen und Data-Storytelling
- Warum ungewöhnliche Entwicklungen das Potential für große Geschichten haben
- Praxisübung: Elemente einer guten Data-Story kennen und wirkungsvoll erzählen

7

### Unternehmerisch handeln und Budgets sowie Stellen sichern

- Neue Geschäftspotenziale erkennen: Beispiele digitaler Geschäftsmodelle
- Vom Use Case über den Business Case zum optimierten Marketing ROI
- Praxisübung: Aktivitäten in Ergebnisse wandeln und notwendige Investitionen begründen

Ziel

### Zusammenfassung: Maßnahmen umsetzen und Data-Driven Marketing implementieren

- Die wichtigsten Hindernisse bei der Umsetzung – und was sie dagegen tun können.
- Management KPI-Dashboard zur Erfolgsmessung auf dem Weg zur datengetriebenen Organisation
- Rückblick auf Erwartungen, individuelle Umsetzungsmaßnahmen und mögliche nächste Schritte