

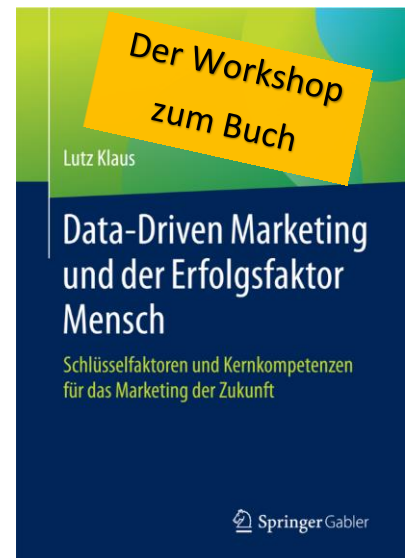
# Workshop

## Data-Driven Marketing erfolgreich umsetzen

Mitarbeiter einbinden | Daten-Kultur etablieren | 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.



**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 einem Mix aus Vorträgen, 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. Jeder Teilnehmer erhält das Buch.

*„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

**REFERENT:** Lutz Klaus ist Experte für messbares Marketing, Automatisierung und datengetriebene Ansätze. Er hat 32 Jahre internationale B2B Marketing- und Vertriebserfahrung. 2016 gründete er die Beratungsagentur Marketing ROI Experts, die Unternehmen bei der Nutzung von Daten zur Erreichung der Unternehmensziele und Zukunftssicherung unterstützt.

**Weitere Informationen und Buchung: 06402 8059081 | [lklaus@marketing-roi.eu](mailto:lklaus@marketing-roi.eu)**

## Tag 1

### **Einführung: Digitalisierung und datengetriebene Ansätze als Chance begreifen und nutzen**

- Wo Unternehmen die stärksten Effekte der Digitalisierung spüren
- Was genau ist „Data-Driven Marketing“ und warum ist es wichtig?
- 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?
- Praxisübung: Prozess- und Technologie-Mapping beim Umsetzen und Testen neuer Ideen

### **2. Analytisches Denken mit den richtigen 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

### **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

## Tag 2

### **5. Neugierig sein und Innovationen fördern**

- Neues als Chance sehen
- Die richtige 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

### **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
- Überblick über Ergebnisse, beschlossene Maßnahmen und nächste Schritte