

## WORKSHOP

# DATA-DRIVEN MARKETING

Datenkompetenz aufbauen | KI zielgerichtet nutzen | Marketingrelevanz steigern

Im Zeitalter von Digitalisierung und KI sind Daten der wichtigste Rohstoff. Um sie wirkungsvoll zu nutzen und KI zielorientiert einzusetzen benötigen Mitarbeiter eine fundierte Datenkompetenz verbunden mit bewährten Methoden und einer datengetriebenen Kultur. Was genau heißt das?

Im Workshop wird ein Bezugsrahmen mit sieben Schlüsselfaktoren und Kernkompetenzen behandelt, mit dem Sie sich und Ihr Team fit machen können. Anhand praktischer Beispiele wird aufgezeigt, warum analytisches Denken, Kundenorientierung und Integration zentrale Fähigkeiten sind und wo genau 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 Marketingleiter und ihre Teams, Operations, Verantwortliche für KI, sowie an jeden, der datengetriebene, analytische Ansätze und KI als Erfolgsvoraussetzung sieht und Interesse an einer nachhaltigen Implementierung im Unternehmen hat.

*„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

## NUTZEN:

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

## REFERENT:

Lutz Klaus ist Experte für Data-Driven Marketing und KI, Funnel und Lead Management sowie Marketing Automation. Er hat 37 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“, das 2026 in aktualisierter Form verfügbar ist.



## WEITERE INFORMATIONEN UND BUCHUNG:

[06402 8059081](tel:064028059081)

[lklaus@marketing-roi.eu](mailto:lklaus@marketing-roi.eu)



## TAG 1

Start

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

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

### Agilität an den richtigen Stellen steigern

- Bei welchen Aufgaben Schnelligkeit wirklich wichtig ist
- Wo genau kann KI mir helfen?
- Time-to-Market: Wie steigern Sie die Agilität bei Kernprozessen
- Umsetzungsgeschwindigkeit erhöhen durch zielgerichtete Priorisierung

### Analytisches Denken mit effektiven Methoden ermöglichen

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

### 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
- Bewährte Maßnahmen: Integrierte Kampagnen und Integriertes Funnel Management

## 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
- „Neue“ Fragen von der KI beantworten lassen

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
- Management und Kollegen beeindrucken über integrierte Dashboards

7

### Unternehmerisch handeln und Budgets sowie Stellen sichern

- Neue Geschäftspotenziale erkennen: Welche digitalen Geschäftsmodelle gibt es und was genau eignet sich für uns?
- Vom Use Case über den Business Case zum optimierten Marketing ROI
- Praxisübung: Aktivitäten in Ergebnisse wandeln und notwendige Investitionen begründen sowie datengetriebene Budgetplanung.

Ziel

### Zusammenfassung: Hindernisse beseitigen und Maßnahmen nachhaltig umsetzen

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