

# Daten sammeln, analysieren und nutzen

# Data Driven Marketing

- fundierte Entscheidungen treffen
- teure Streuverluste vermeiden
- rechtliche Fallstricke umgehen

## Möglichkeiten und Grenzen der datengetriebenen Vermarktung

Vorbereitung auf die neuen  
Vorgaben zum Datenschutzrecht:  
verbindlich ab 2018

- **Big Data und der Kampf gegen Datensilos:** wie Sie mit Daten Strategien und operative Prozesse optimieren
- **Customer Journey:** wann und wo Sie Ihre Kunden am besten erreichen und wie Sie mehr Aufmerksamkeit erzielen
- **Personalisierung in der Praxis:** so können Sie das Social Web für Echtzeitdaten nutzen
- **Den ROI richtig erfassen:** welche Kennzahlen für Ihren Erfolg entscheidend sind und welche Ihnen helfen, verlorene Kunden zu reaktivieren
- **Datenschutz- und Wettbewerbsrecht:** Daten offensiv sammeln und nutzen – das müssen Sie beachten
- **Die neue EU-Datenschutzgrundverordnung:** wie Sie Ihre Verträge zukunftsfähig gestalten

Ihre Referenten:



Dr. Torsten Schwarz  
**ABSOLIT Dr. Schwarz  
Consulting**



Stephanie Jungwirth  
**3M Deutschland GmbH**



Dr. Jens Eckhardt  
**Derra, Meyer & Partner  
Rechtsanwälte**



Claus Hammer  
**Daimler AG**



### Zusätzliches PLUS:

Jeder Teilnehmer erhält das Buch „Leitfaden Data Driven Marketing“ von Dr. Torsten Schwarz und Gabriele Braun

Hoher Lernerfolg  
durch begrenzte  
Teilnehmerzahl!

Ihr exklusiver Termin:

16. und 17. Oktober 2017 in Frankfurt/M.

Kooperationspartner:



Veranstalter:



Melden Sie sich jetzt an! Ihre Telefon-Hotline: + 49 6196 47 22-700

## Datennutzung optimieren – Kosten senken – Kundenbindung erhöhen



Ihr Seminarleiter:  
Dr. Torsten Schwarz  
Geschäftsführer, **ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting**, Waghäusel

Empfang mit Kaffee und Tee **ab 8.45 Uhr**

### 9.30 Herzlich willkommen

- Eröffnung und Begrüßung durch den Seminarleiter
- Überblick über Inhalt und Aufbau des Intensiv-Seminars
- Abstimmung der Seminarziele mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

### 9.45 Ausgangssituation und Zielsetzung

- Wo stehen Sie heute? Analyse Ihrer Rahmenbedingungen und Herausforderungen
- Wo wollen Sie hin? Ziele und Erwartungen
- Abstimmung der Seminarziele mit Ihren Erwartungen

### 10.15 Wie Daten gesammelt, verarbeitet und eingesetzt werden

- Status Quo der Digitalisierung je nach Branche
- Datensilos vermeiden – IT und Marketing vereinen
- An welchen Touchpoints welche Daten erhoben werden
- Mit Emotional Usability Kundenwünsche erfüllen
- Wann und wie Cookies eingesetzt werden
- Welche Data Management Plattformen verwalten die Daten am besten?
- Integration von Web-Analytics, CRM, Shop und E-Mail-System
- Echtzeit-Daten und Big Data implementieren

11.00 Kaffee- und Teepause

### 11.15 Data Driven Advertising einsetzen

- Wann Umfeld relevant sind und wann Programmatic Advertising zündet
- Was statistische Zwillinge sind und wie sie eingesetzt werden
- Facebook Custom Audience vs. Google Customer Match
- Welche Dienstleister generieren nachhaltig gute Neukunden?

12.15 Business Lunch

### 13.30 Die Customer Journey verstehen

- So sieht kanalübergreifende und profilgesteuerte Kommunikation aus
- Ansprache am richtigen Ort zum besten Zeitpunkt



- Übung: Mit Persona-Konzepten die Zielgruppen besser verstehen
- Leadgenerierung und Leadnurturing im B2B
- Retargeting-Einsatz in der Praxis
- Wie Marketing vom Internet der Dinge profitiert

### 14.30 Personalisierung in der Praxis

- Wie externe Daten die Segmentierung unterstützen
- Welche Hilfe Wetterbericht und Geodaten sind
- Was bedeutet Hyperpersonalisierung in der Praxis
- Wie das Social Web für Echtzeitdaten genutzt werden kann
- Bild- und Videopersonalisierung in Praxisbeispielen
- Chancen und Grenzen von Dynamic Pricing
- Persönliche Assistenten und Chatbots vs. E-Mail

15.30 Kaffee- und Teepause

### 15.45 Von Strategischen Zielen zu Touchpoint Content entlang der Customer Journey

- Von strategischen Zielen zu target Personas
- Touchpoints und deren Relevanz in B2B market
- Kampagnen – Beispiel Planung, Durchführung, Messung



Stephanie Jungwirth  
Digital Marketing Leader Industrial  
Business EMEA,  
**3M Deutschland GmbH**, Neuss



### 16.45 Den ROI richtig erfassen

- Diese Kennzahlen messen den Erfolg von Data Driven Marketing
- A/B-Tests und Konversionsratenoptimierung
- Customer Engagement an allen Touchpoints erfassen
- Reaktivierung inaktiver Kontakte

### 17.15 Tagesabschluss

- Erstellen Sie Ihre individuelle Roadmap zur optimalen Nutzung von Data Driven Marketing
- Zusammenfassung der Ergebnisse des ersten Seminartages Gelegenheit zur Diskussion Ihrer individuellen Fragen

ca. 18.00 Ende des ersten Seminartages und anschließendes Get-together

# Rechtliche Rahmenbedingungen: was ist erlaubt und wo sind die Grenzen des rechtlich Zulässigen?



Ihr Seminarleiter:  
Dr. Jens Eckhardt  
Rechtsanwalt, **Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte**, Düsseldorf



### 9.00 Es geht weiter

- Begrüßung durch den Seminarleiter und Vorausschau auf den heutigen Tag

### 9.05 Data Driven Marketing zwischen Datenschutz- und Wettbewerbsrecht I

- Warum Datenschutz- und Wettbewerbsrecht?
- Wann das Datenschutzrecht relevant ist
- Grundsätze des Datenschutzrechts
- Spezialregelungen für Direktwerbung im Datenschutzrecht

### 10.30 Kaffee- und Teepause

### 10.45 Data Driven Marketing zwischen Datenschutz- und Wettbewerbsrecht II

- Abgrenzung zwischen Datenschutz- und Wettbewerbsrecht
- UWG: Unterschiedliche Zulässigkeit für unterschiedliche Werbemedien
- Auswirkungen auf das Datenschutzrecht
- Direktmarketing mit Einwilligung
- Direktmarketing ohne Einwilligung



### 11.15 Anonymisierung vs. Pseudonymisierung

- Unterschiede zwischen Online- und Offline-Profilierung
- Regelungen für Online-Profile
- Personenbezogene Profile mit Einwilligung
- Pseudonyme Profile
- Anonyme Profile
- Übung: Nutzungsprofile rechtskonform erstellen

### 12.15 Business Lunch

### 13.30 Profilierung des (potentiellen) Kunden

- Spezialregelungen für Offline-Profile?
- Regelungen für Offline-Profile
- Personenbezogene Profile mit Einwilligung
- Personenbezogene Profile ohne Einwilligung
- Pseudonymisierung
- Spezialfall: Blackbox-Systeme

### 14.15 Data Driven Marketing – das neue Öl der Unternehmen am Beispiel Automobilindustrie

- Digitalisierung und Vernetzung: veränderte Rahmenbedingungen
- Intelligente und vernetzte Produkte: unzählige Daten eröffnen neue Möglichkeiten
- Herausforderung: verschiedenen Daten systematisiert bearbeiten
- Ableitung für Potenziale: Kerngeschäftsabsicherung und neue profitable Geschäftsmodelle



Claus Hammer  
Manager – Online Platforms,  
**Daimler AG, Geschäftsfeld**  
**Mercedes-Benz Vans**, Stuttgart

### 15.45 Kaffee- und Teepause

### 16.00 Datenschutzrechtliche Vorgaben für die Beauftragung von Dienstleistern

- Wann das Datenschutzrecht relevant ist
- Auftragsdatenverarbeitung als Grundlage
- Anforderungen an die Auftragsdatenverarbeitung
- Wem gehören die Daten und Profile? Gestaltung durch vertragliche Regelungen

### 16.45 EU-Datenschutz-Grundverordnung

- Neuregelung des Datenschutzrechts ab 25.05.2018
- Was ändert sich im Marketing? – Ein Überblick
- Was Sie bereits heute ändern sollten

### 17.30 Zusammenfassung und Gelegenheit für Ihre noch offenen Fragen

ca. 17.45 Ende des Seminars

## Get-together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit Referenten und Teilnehmern.

## Warum Sie dieses Seminar besuchen sollten

Wer dem richtigen Kunden im richtigen Moment das richtige Angebot machen will, braucht dazu vor allem Eines: Informationen. Die Daten dazu sind längst vorhanden. Doch häufig sind diese unstrukturiert. Lernen Sie in diesem Seminar **effektive Methoden** kennen, um Ihre Daten richtig und rechtssicher zu nutzen und auszuwerten. Erfahren Sie, wie Ihnen Informationen dabei helfen, Kampagnen besser auszurichten, **mehr Aufmerksamkeit** von Ihrer Zielgruppe zu erlangen und die **Kundenpflege langfristig zu verbessern**.

## Massenwerbung ist am Ende – Kunden erwarten maßgeschneiderte Angebote

Ihre Kunden erwarten heute eine persönliche Ansprache und individuelle Angebote. Die notwendigen Informationen hierzu existieren bereits und die technische Entwicklung erlaubt es, immer mehr Daten immer schneller zu verarbeiten.

Wo früher vielleicht gerade einmal bekannt war, welche Kunden wann welches Produkt gekauft haben, gibt es heute ein Vielfaches an Daten. Der Grund: immer mehr Touchpoints sind digital. Und digitale Kontaktpunkte werden automatisch als Daten protokolliert.

Erfahren Sie in diesem Seminar, wie Sie aus Informationen **maßgeschneiderte Angebote machen**.

## Effizienter vermarkten – so reduzieren Sie Streuverluste

Um Ihre Kunden zu erreichen, müssen Sie heute keine teuren Werbekampagnen mit riesigem Streuverlust bezahlen. Eine Reihe von Techniken erlaubt es, **die richtigen Zielgruppen im richtigen Moment** zu erreichen – und zwar genau dann, wenn bei den potenziellen Kunden Interesse besteht. Auch beim Direktmarketing haben undifferenzierte Mailings ausgedient. **Inhalte** werden heute **auf die Interessen der Empfänger ausgerichtet**.

Lernen Sie, wie Sie durch die richtige Nutzung von Daten **Werbekosten sparen**.

## Rechtliche Fallstricke – das müssen Sie beachten

Bei der Sammlung und Verwendung von Daten sind zahlreiche rechtlichen Vorgaben zu beachten. **Ab 2018** findet die neue EU-Datenschutzverordnung Anwendung und sollte schon **heute bei Vertragsabschlüssen** Beachtung finden. Dr. Jens Eckhardt erläutert Ihnen praxisnah die rechtlichen Vorgaben, die für Ihr Data Driven Marketing relevant sind und legt dar, wie Sie sich im rechtlichen Dschungel sicher bewegen.

Profitieren Sie von zahlreichen Tipps und Hinweisen des Rechtsanwalts und lernen Sie, **was Sie bei der Datenbeschaffung, -analyse und -verwertung beachten müssen**.

## Ziel der Veranstaltung

- ✓ Sie erhalten umfassendes Wissen und Tools für eine datengetriebene Vermarktung
- ✓ Sie erfahren, wie Sie sich im Rahmen der rechtlichen Möglichkeiten mittels Daten ein aktuelles Bild des Kundenverhaltens verschaffen
- ✓ Sie werden Trends, Änderungen im Kaufverhalten oder eine veränderte Wahrnehmung der Marke schneller erkennen

## Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.

*Denise Lelle*



**Denise Lelle**

Konferenz-Managerin

Tel.: +49 6196 4722-716

E-Mail: [denise.lelle@managementcircle.de](mailto:denise.lelle@managementcircle.de)

## Extras

### Ihr PLUS

Jeder Teilnehmer erhält das Buch „Leitfaden Data Driven Marketing“ von Dr. Torsten Schwarz und Gabriele Braun



## AUCH ALS INHOUSE TRAINING

### So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



**Daniela Rühl**

Tel.: +49 6196 4722-615

E-Mail: [daniela.ruehl@managementcircle.de](mailto:daniela.ruehl@managementcircle.de)

[www.managementcircle.de/inhouse](http://www.managementcircle.de/inhouse)



## Bitte beachten Sie auch unsere Veranstaltung:

### Die digitale Transformation im Marketing

**30. und 31. August 2017** in München

**27. und 28. September 2017** in Berlin

**18. und 19. Oktober 2017** in Frankfurt/M.

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Stephan Wolf**

Tel.: +49 6196 4722-800, Fax: +49 6196 4722-888

E-Mail: [kundenservice@managementcircle.de](mailto:kundenservice@managementcircle.de)

## Dr. Jens Eckhardt

**Sozietät Derra, Meyer & Partner Rechtsanwälte,** Düsseldorf Rechtsanwalt und Fachanwalt für Informationstechnologierecht sowie Datenschutz-Auditor (TÜV). Seit 2001 als Rechtsanwalt in den Bereichen Marketing, Datenschutz, Informationstechnologie und Telekommunikation tätig. Er berät nationale und internationale Unternehmen im Marketing – sowohl strategisch als auch fallbezogen. Seit 15 Jahren hält er auch regelmäßig Vorträge und veröffentlicht Beiträge, insbesondere zu verschiedenen Aspekten des Marketings und des Datenschutzrechts. Dr. Jens Eckhardt ist Mitautor u. a. des Kommentars Recht der elektronischen Medien (Verlag C. H. Beck), des Handbuch IT- und Datenschutzrecht, Big Data im Marketing – Chancen und Möglichkeiten für eine effektive Kundenansprache, Data Driven Marketing – Mehr verkaufen mit Smart Data, Praxisleitfaden Datenschutz und Marketing. Zudem ist er Mitglied des Vorstands des EuroCloud Deutschland\_eco e.V und des Vorstands des BvD Berufsverband der Datenschutzbeauftragten e.V.

## Claus Hammer

verantwortet als Manager bei der **Daimler AG** in Stuttgart im Geschäftsfeld Mercedes-Benz Vans die vertriebsrelevanten Online Plattformen. Seit den 90er Jahren beschäftigt sich Claus Hammer mit den digitalen Themen der Daimler AG bzw. der smart GmbH und deren Implikationen auf das Unternehmen. Bis Mitte 2014 hatte er darüber die Interessen des Geschäftsfeldes Mercedes-Benz Vans im Rahmen der Konzern-Initiative „DigitalLife@Daimler“ vertreten, sowie zahlreiche digitale Projekte – auch außerhalb der Organisation – erfolgreich auf den Weg gebracht. In den Jahren 2013 bis Ende 2014 kamen dann unter anderem „VAN Connectivity“ (Connected Vehicle) sowie „Best Customer Experience“ als Projekte hinzu. Aktuell verantwortet Claus Hammer den Aufbau eines „Kunden-Portals“ (B2B) sowie „eCommerce“ Plattform inkl. Billing, Payment sowie Accounting. Des Weiteren vertritt er die Interessen im funktionsübergreifenden Konzern Governance Board „House of Apps“.

## Stephanie Jungwirth

ist Digital Marketing Leader Industrial Business Group Western Europe bei der **3M Deutschland GmbH** in Neuss. Im Fokus ihrer Tätigkeit steht die Entwicklung digitaler Strategien und Implementierung derselben. Vorab war Sie als Sales Manager für den Bereich Elektroprodukte in der DACH Region, als Market Development Manager des Food Safety Bereichs in EMEA sowie für den Bereich Health Care EMEA für Lösungen im Bereich Communications und e-productivity zuständig. Wichtige Themen sind und waren Brand Management, Kommunikationsstrategien, Web- und CRM Entwicklung sowie Systemintegrationen.

## Dr. Torsten Schwarz

ist der **Herausgeber des Buchs „Leitfaden Data Driven Marketing“** und gilt in der Branche als führender Experte für Online-Kundengewinnung und -bindung in Deutschland. 1994 setzte er einen der weltweit ersten Webserver auf. Er war Marketingleiter eines Softwareherstellers und berät heute internationale Unternehmen. Mit 19 Büchern und mehreren Lehraufträgen gehört er laut der Zeitschrift „acquisa“ zu den Vordenkern in Marketing und Vertrieb. Von der Dialog Akademie DDA wurde er als „Dozent des Jahres“ ausgezeichnet. Das e-commerce Magazin nennt ihn den „E-Mail-Marketing-Guru“. Schwarz ist Initiator der Portale marketing-BÖRSE und Email-Marketing-Forum sowie der Fachkonferenz DialogSummit. Seit über zehn Jahren leitet er die Kompetenzgruppe Online-Marketing im Verband der deutschen Internetwirtschaft. Er ist aktiv im Bundesverband Digitale Wirtschaft BVDW und im Deutschen Dialogmarketing Verband DDV sowie Mitgründer der German Speakers Association GSA.

## Ihr Management Circle-Service Paket

Intensive Wissensvermittlung steht bei diesem Seminar im Fokus. Unsere drei Servicebausteine sollen Ihnen den größtmöglichen Nutzen gewährleisten.

### 1. Optimale Vorbereitung auf Ihre Bedürfnisse – individuelle Fragestellungen

Sie erhalten ca. zwei Wochen vor der Veranstaltung einen Fragebogen, in dem Sie uns Ihre individuellen Fragen und Themenschwerpunkte mitteilen können. Im Seminar erhalten Sie eine vorbereitete und ausführliche Antwort. Selbstverständlich können Sie Ihre Fragen auch im Seminar erstmals an den Referenten herantragen. In freier Diskussion erarbeiten Sie Lösungsvorschläge.

### 2. Aus der Praxis

Die Seminarinhalte werden durch zahlreiche Beispiele und Erfahrungsberichte aus der Praxis ergänzt. Sie informieren sich aus erster Hand über die Umsetzung von Data Driven Marketing und welche Herausforderungen und Möglichkeiten es mit sich bringt.

### 3. Intensive Workshopatmosphäre

Dieses Seminar ermöglicht durch die begrenzte Teilnehmerzahl eine intensive und praxisnahe Wissensvermittlung.

### 4. Intensives Networking

Nutzen Sie den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch mit Experten und Fachkollegen und knüpfen Sie wertvolle Kontakte! Bauen Sie so Ihr Experten-Netzwerk aus.

### 5. Intensive Nachbereitung

Umfangreiche Arbeitsunterlagen für Sie! Detaillierte Seminarunterlagen werden Sie im Tagesgeschäft unterstützen.

## Wen Sie auf dieser Veranstaltung treffen

Dieses Seminar richtet sich an **Leiter, leitende und spezialisierte Mitarbeiter** der Abteilungen **Marketing, Mobile Internet, Digital Marketing, Online Marketing, Content Marketing, Werbung, Multimedia, Social Media, CRM, Neue Medien, Vertrieb und E-Commerce**. Ebenso ist die Veranstaltung interessant für **Geschäftsführer, Rechtsanwälte, Agenturen** und **Berater** im Bereich Marketing.

## Termin und Veranstaltungsort

**16. und 17. Oktober 2017** in **Frankfurt/M.**  
Maritim Hotel Frankfurt, Theodor-Heuss-Allee 3, 60486 Frankfurt/M.  
Tel.: + 69 7578-1133, Fax: + 69 7578-1004  
E-Mail: reservierung.fra@maritim.de

### Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor.

Mit der Deutschen Bahn ab € 99,- zur Veranstaltung.

Infos unter:

[www.managementcircle.de/bahn](http://www.managementcircle.de/bahn)



## Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter [www.managementcircle.de](http://www.managementcircle.de)

## Anmeldebedingungen

Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-together und der Dokumentation € 1.995,-. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu vier Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Teilnahmegebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

## Data Driven Marketing – aktuelles Recht und optimierte Datennutzung

Ich/Wir nehme(n) teil am:

**16. und 17. Oktober 2017** in **Frankfurt/M.**

10-84550

1 Name/Vorname

Position/Abteilung

2 Name/Vorname

Position/Abteilung

3 Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Fax

@ E-Mail

Datum

Unterschrift

Ansprechpartner/in im Sekretariat:

Anmeldebestätigung bitte an:

Abteilung

Rechnung bitte an:

Abteilung

Mitarbeiter:  BIS 100  100-200  200-500  500-1000  ÜBER 1000

### Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter [datenschutz@managementcircle.de](mailto:datenschutz@managementcircle.de) oder telefonisch unter + 49 61 96/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

## Anmeldung/Kundenservice

Telefon: +49 61 96 47 22-700

Fax: +49 61 96 47 22-999

E-Mail: [anmeldung@managementcircle.de](mailto:anmeldung@managementcircle.de)

Internet: [www.managementcircle.de/10-84550](http://www.managementcircle.de/10-84550)

Postanschrift: **Management Circle AG**  
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.

Telefonzentrale: +49 61 96 47 22-0

