

Inhaltsverzeichnis

1	Einleitung	1
2	Collect – Daten sammeln	11
2.1	Was sind Daten?	11
2.2	Wie können wir Daten differenzieren?	13
2.3	Welche Daten aus welchen Quellen können genutzt werden?	14
2.4	Mehr Daten, mehr Wissen?	16
2.5	Wie entstehen Datensilos und wie gehen wir damit um?	16
2.6	Welche Kriterien sind bei der Technologiewahl relevant?	19
2.7	Welche Rahmenbedingungen müssen wir beachten?	20
2.8	Leitfragen für Collect	21
3	Understand – Die gesammelten Daten verstehen	23
3.1	Warum ist ein Verstehen zentral?	24
3.2	Welche Voraussetzungen brauchen wir, um verstehen zu können?	25
3.3	Wie muss eine technische Aufbereitung aussehen?	26
3.4	Wie können wir uns Daten erschließen?	27
3.5	Was bedeutet eine Emotionalisierung von Daten?	28
3.6	Wie können wir ein Verstehen erleichtern?	28
3.7	Leitfragen für Understand	30
4	Decide – Auf Basis der gesammelten Daten entscheiden	31
4.1	Was unterscheidet eine datengetriebene Entscheidung von einer Bauchentscheidung?	31
4.2	Welche Arten von Entscheidungen werden in Unternehmen getroffen?	33

4.3	Welche Voraussetzungen müssen zum Treffen einer guten Entscheidung gegeben sein?	34
4.4	Welche Rolle spielt der Faktor Zeit bei Entscheidungen?.....	35
4.5	Wie können wir Daten visualisieren?	36
4.6	Daten versus Bauch – oder in der Kombination besser?	37
4.7	Leitfragen für Decide.....	38
5	Automate – Automatisierung	39
5.1	Warum kommen wir um eine Automatisierung nicht herum?.....	39
5.2	Welche technischen Voraussetzungen erfordert eine Automatisierung?.....	40
5.3	Welchen Mehrwert schafft eine KI im Rahmen der Automatisierung?.....	41
5.4	Ist Automatisierung noch mehr als KI?.....	43
5.5	Wie schaffen wir es, unsere Erkenntnisse automatisiert in Prozesse zu überführen?	43
5.6	Welche Ursachen kann ein Widerstand gegen die datengetriebene Organisation haben?	44
5.7	Leitfragen für Automate.....	45
6	Execute – Organisatorische Umsetzung	47
6.1	Welche Voraussetzungen sind für eine Umsetzung notwendig?	47
6.2	Welche Vorteile resultieren aus einer datengetriebenen Organisation?.....	48
6.3	Wem gehören die Daten?.....	49
6.4	Wie setzen wir ein datengetriebenes Marketing organisatorisch um?.....	50
6.5	Leitfragen für Execute	52
7	Zusammenfassung	53
	Literatur	57