

LERTAGEBUCH

Modul 4.1

Von der Reichweite zur Wirkung

Messbare Marketingkampagnen, PDCA-Zyklus,
KPI-Baum und KI-gestützte Analytik

AUSGANGSLAGE

Von der Reichweite zur Wirkung

Digitalisierung und KI verändern, wie Kampagnen geplant, überprüft und verbessert werden.

Nicht die bloße Sichtbarkeit zählt, sondern relevante Kontakte, Vertrauen und nachvollziehbare Verhaltensänderungen.

DIE ZENTRALE LEITFRAGE

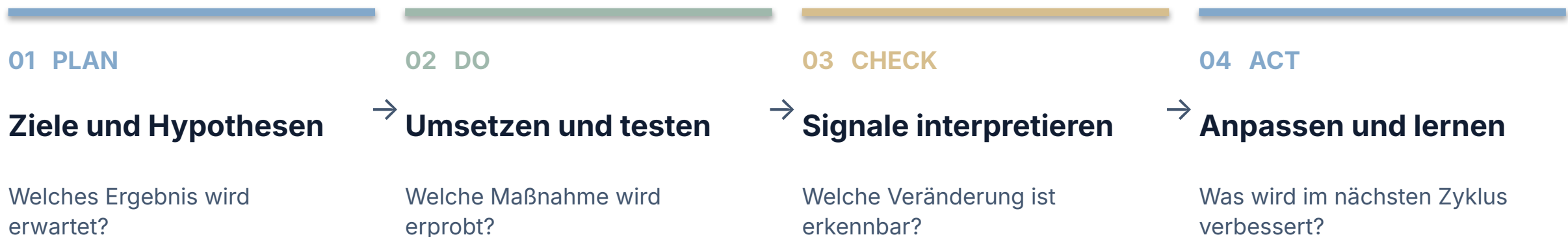
Welches Verhalten welcher Zielgruppe soll sich ändern – und warum ist das wichtig?

01	Bedürfnis	Welches Problem hat die Zielgruppe?
02	Nutzen	Welches konkrete Wertversprechen bietet das Angebot?
03	Botschaft	Wie wird der Nutzen verständlich und glaubwürdig?
04	Kanal	Wo und wie erreicht die Kommunikation die Zielgruppe?
05	Passung	Stimmen Situation, Markt und Kanal überein?

METHODIK

Der PDCA-Zyklus macht Marketing lernfähig

Zielsetzung, Umsetzung, Kontrolle und Verbesserung werden zu einem wiederholbaren Prozess.

**MESSLOGIK**

Strategisches Ziel → gewünschtes Verhalten → messbare Signale (KPIs) → Entscheidungsgrundlage

ANALYTIK UND GOVERNANCE

Von digitalen Signalen zu begründeten Entscheidungen

Plattformdaten zeigen Aktivität. Wirkungsbewertung braucht eine eigene Mess- und Zuordnungslogik.

01**SIGNALQUELLEN**

UTM-Parameter
Landingpages
QR-Codes
Selbstauskünfte

02**KI-GESTÜTZTE ANALYSE**

Daten aufbereiten
Muster erkennen
Hypothesen prüfen
Ursachen erwägen

03**INTERPRETATION**

Was zeigen die Daten?
Was bleibt ungewiss?
Welche Einflüsse wirken?
Was folgt daraus?

Human-in-the-Loop: Die KI unterstützt die Bewertung – Verantwortung, Freigabe und Entscheidung bleiben beim Menschen.

REFLEXION UND TRANSFER

Aus Kennzahlen werden erst durch Urteil Erkenntnisse

Die wichtigste Perspektive: Marketing als dokumentierter, kontinuierlich verbesserbarer Entscheidungsprozess.

REFLEXION

Messbarkeit ist nicht gleich Wirkung. Gerade Vertrauen, Glaubwürdigkeit und langfristige Beziehungen lassen sich nur teilweise in Zahlen ausdrücken.

WEITERFÜHRENDE PERSPEKTIVEN

01 Praxisbeispiel

Artikelaufrufe mit qualifizierten Anfragen verbinden.

02 Messkonzept

KPI-Baum, Zuordnung und Aufwand je Anfrage definieren.

03 Prüfschleife

Hypothesen testen, Befunde dokumentieren und nachjustieren.

LEITGEDANKE Nicht mehr Daten sammeln, sondern bessere Entscheidungen ermöglichen.

ABSCHLUSSGEDANKE

Die Maschine als Zielgruppe definieren.

Wenn KI-Systeme Informationen suchen, gewichten und Empfehlungen vorbereiten, wird maschinelle Auffindbarkeit zu einer zusätzlichen Dimension der Kommunikation.

Nicht nur Menschen erreichen. Inhalte auch für Maschinen verständlich, überprüfbar und zitierfähig gestalten – ohne den menschlichen Nutzen aus dem Blick zu verlieren.

BRAINFARMING / KONTAKT

bjoern.huelbert@brainfarming.de

**Website**

brainfarming.de

**LinkedIn**

linkedin.com/in/bjoern-huelbert