



Data Driven Marketing - 27 Case Studies

Data Driven Marketing - 27 Case Studies
Gestern erschien das 70-seitige eBook "Data Driven Marketing" mit 27 Fallbeispielen. Unternehmen wie Bonprix, Brille24, DER, Hilton, Panasonic und Weltbild verraten darin, wie Big Data im Marketing eingesetzt wird. Download unter www.praxistipps.net
Die Fallstudien zeigen, wie datengetriebenes Marketing in der Praxis umgesetzt wird. Wie funktionieren Treueprogramme? Wie können Kaufabbrucher umgestimmt werden? Wie werden inaktive Kunden reaktiviert? Wie kann Predictive Intelligence die Kosten pro Neukunde drücken? Wie kann die Wirkung teurer TV-Spots gemessen werden? Was ist ein Next-best-offer? "Jeder redet von Big Data, aber wenige wissen Konkretes. Die meisten sammeln zwar Daten, nutzen sie jedoch nicht." kritisiert der Autor Torsten Schwarz. Wer aus seinen Daten die richtigen Schlüsse zieht, ist der Konkurrenz eine Nasenlänge voraus. Täglich offenbaren Kunden über Smartphone und PC, was sie interessiert. Mit dem Internet der Dinge kommen Smartwatch, Navi, Thermostat und iBeacons als Messfühler für Kundenwünsche hinzu. Unternehmen können aus diesen Informationen maßgeschneiderte Angebote machen. Gartner prognostiziert, dass ab 2017 das Marketing mehr Geld in die IT investiert, als die IT-Abteilung selbst.
Daten sind das Öl des 21. Jahrhunderts. Wer seine Daten zu Informationen macht, ist im Vorteil. Der Markt für Big-Data-Anwendungen, also die Analyse großer Datenmengen, wird auf 28 Milliarden Dollar geschätzt und soll sich in drei Jahren fast verdoppeln. Nicht nur Amazon personalisiert mit Daten das Einkaufserlebnis und löst konkrete Kaufentscheidungen aus. Auch wer offline unterwegs ist, kann mit Daten mehr Kunden in die Filialen locken. Investitionsgüterhersteller nutzen Daten, um neue Interessenten anzusprechen.
Datengetriebenes Marketing erlebt einen wahren Boom und wie immer sind es einige Wenige, die es wirklich richtig machen. In dem neuen eBook wird anhand konkreter Einzelprojekte beschrieben, was derzeit schon umsetzbar ist und wie Unternehmen dabei vorgehen. Anhand zahlreicher Beispiele ergeben sich viele Anregungen für die eigene Strategie.
Ursula Rubenbauer
Absolut Consulting
presse@absolut.de
Melanchthonstr. 5
D-68753 Waghäusel
Tel.: 07254/95170-0
<http://www.absolut.de>  http://www.pressrelations.de/new/pmcounter.cfm?n_pnr_=590190 width="1" height="1">

Pressekontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

Firmenkontakt

ABSOLIT Dr. Schwarz Consulting

68753 Waghäusel

Absolut berät Unternehmen bei der Integration von E-Mail in den Marketing-Mix. Studien zu Newsletter-Software sowie E-Mail-Adressen durchleuchten den Markt. Seminare vermitteln aktuelles Praxiswissen. Absolut betreibt das Marketingportal www.marketing-boerse.de. Torsten Schwarz ist Herausgeber des vom Schimmel-Media-Verlag publizierten Beratungsbriefs Online-Marketing-Experts.de. marketing-BORSE ist die wachstumsstärkste deutschsprachige Marketingplattform.