

Presseinformation

Big Data - Dem Kunden auf der Spur

Vortrag von Meinert Jacobsen in den Räumen der reha gmbh, Saarterrassen, Saarbrücken, Mittwoch, 5. April 2017

Saarbrücken, 07. April 2017

Daten sind das neue Öl. Mit diesem geflügelten Wort leitete Meinert Jacobsen seinen Vortrag zum hochaktuellen Thema Big Data ein. Der Hype um dieses Schlagwort begann um 2011, aber das Auswerten großer Datenmengen gab es auch schon zuvor im Marketing, betonte Statistiker Jacobsen gleich zu Beginn. Wachsende Datenberge in den Unternehmen und vor allem auch das Internet sollten jedoch Big Data Lösungen gerade in jüngerer Zeit vorantreiben.

Warum stehen Windeln im Supermarkt neben Bierkästen? Welche Kunden kaufen was, wann und wie? Mit Hilfe hinreichend großer Datenmengen und ihrer zielgerichteten Organisation kann seine Zunft solche Fragen professionell und umfassend beantworten.

Dies veranschaulichte Jacobsen anhand spannender Beispiele, wie dem eines großen Möbelhändlers oder einer Einzelhandelskette, deren Marketingaktionen sich mit der Unterstützung statistischer Verfahren erfolgreicher und kostengünstiger gestalten ließen.

Wir alle produzieren tagtäglich Unmengen an Daten, nicht nur bei der Nutzung von Smartphone und Internet, sondern auch an Supermarktkassen oder beim Kauf eines Fahrscheins. Diese sind das Futter für Assoziationsanalysen und andere statistische Methoden, mit denen die „Data Scientists“ ihren Kunden Modelle für Kaufwahrscheinlichkeiten bereitstellen.

Aber nicht nur der Konsument, auch Unternehmen machen sich heute unbewusst „gläsern“. Mittels Auslesen der Schlüsselbegriffe auf ihren Webseiten erstellt das Beratungsunternehmen von Meinert Jacobsen „psychologische“ Profile von Unternehmen und kann diese dann beispielsweise als eher konservativ oder modern einstufen. Ergebnisse, die für seine Kunden im B2B-Vertrieb schon sehr hilfreich waren.

Auf die Frage zur Nachbarschaft von Windeln und Bier hatte Jacobsen am Ende auch eine aufschlussreiche Antwort: Freitags seien es vorwiegend die Männer, die die Windeln einkaufen und dabei zum Wochenende gerne zum leckeren Gerstensaft greifen.

Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de

Presseinformation

Moderator Michael Grossklos bedankte sich bei der reha gmbh für das „Heimspiel“, sprich für die erneute Realisierung einer Vortragsveranstaltung mit anschließender Einladung zu Imbiss und Umtrunk.

[ms, Zeichen ~ ca. 1.845]

Über den Marketingclub Saar e.V.

Der Marketingclub Saar (MCS) ist einer der aktivsten Marketingclubs Deutschlands. Er ist ein Netzwerk an Führungskräften in der Saar-Lor-Lux Region und der kompetente Partner rund um die Themen Marketing und Vertrieb. Seinen derzeit über 400 Mitgliedern bietet der MCS ein reichhaltiges Veranstaltungsprogramm mit Vorträgen angesehener Experten zu aktuellen und grundlegenden Themen des Marketings sowie Best Practice Exkursionen zu etablierten Unternehmern und Start-ups mit zukunftsweisenden Geschäftsideen. Darüber hinaus ist der MCS eine Plattform für den branchenübergreifenden Erfahrungsaustausch und gibt trendorientierte, kreative Anregungen für die eigene berufliche Praxis.



Pressekontakt

Marketingclub Saar e. V.
Talstraße 14 Am Schloß
66119 Saarbrücken
Bürozeiten: Di., Do. 9-16 Uhr

Telefon: 0681 8574-11
E-Mail: willkommen@marketingclub-saar.de
Web: www.marketingclub-saar.de