

Perspektiven

Marketing Analytics – Trend oder Zukunft?	3
Marion Halfmann	

Die Rolle einer umfassenden Datenstrategie als Fundament von Marketing Analytics	15
Katharina Schüller und Simon Büschges	

Datenkompetenz und Datenethik	39
Katharina Schüller und Bernhard Schüller	

Datenschutz als Wettbewerbsvorteil?	59
Sarah Weiß	

Technologien

Marketing Analytics – Technologien und Tools	75
Timo von Focht	

Relevanz von Datenmanagement und Daten-Governance	105
Denise Baidinger	

Künstliche Intelligenz im Marketing	119
Ralf T. Kreutzer	

Datenvisualisierung und Business Intelligence – Methoden zur Unterstützung der Entscheidungsfindung	139
Alec N. Sproten	

Anwendungsfelder

Mikrogeografische Marktsegmentierung	163
Özlem Doger-Herter und Barbara Wawrzyniak	

Data Analytics im Vertrieb	179
Monika Schulze	
Customer Journey Analytics	195
Marcus Albrecht und Tobias Schlüter	
Datennutzung im E-Commerce	215
Silvia Zaharia und Alexander Korth	
Customer Lifetime Value – Neue Anwendungsmöglichkeiten durch Prognosemodelle	229
Timo von Focht	
Algorithmenbasiertes Pricing	243
Michael Schleusener	
Stichwortverzeichnis	259