

Digitales Marketing und Smart Data: Was machen Amazon, Google, Facebook & Co. mit unseren Daten?


München, 26.10.2017

Dr. Nadine Fischer | Lions Club München Solln



Was ist Marketing?

Unter **MARKETING** versteht man „die konsequente **AUSRICHTUNG** des gesamten Unternehmens an den **BEDÜRFNISSEN** des **MARKTES**“



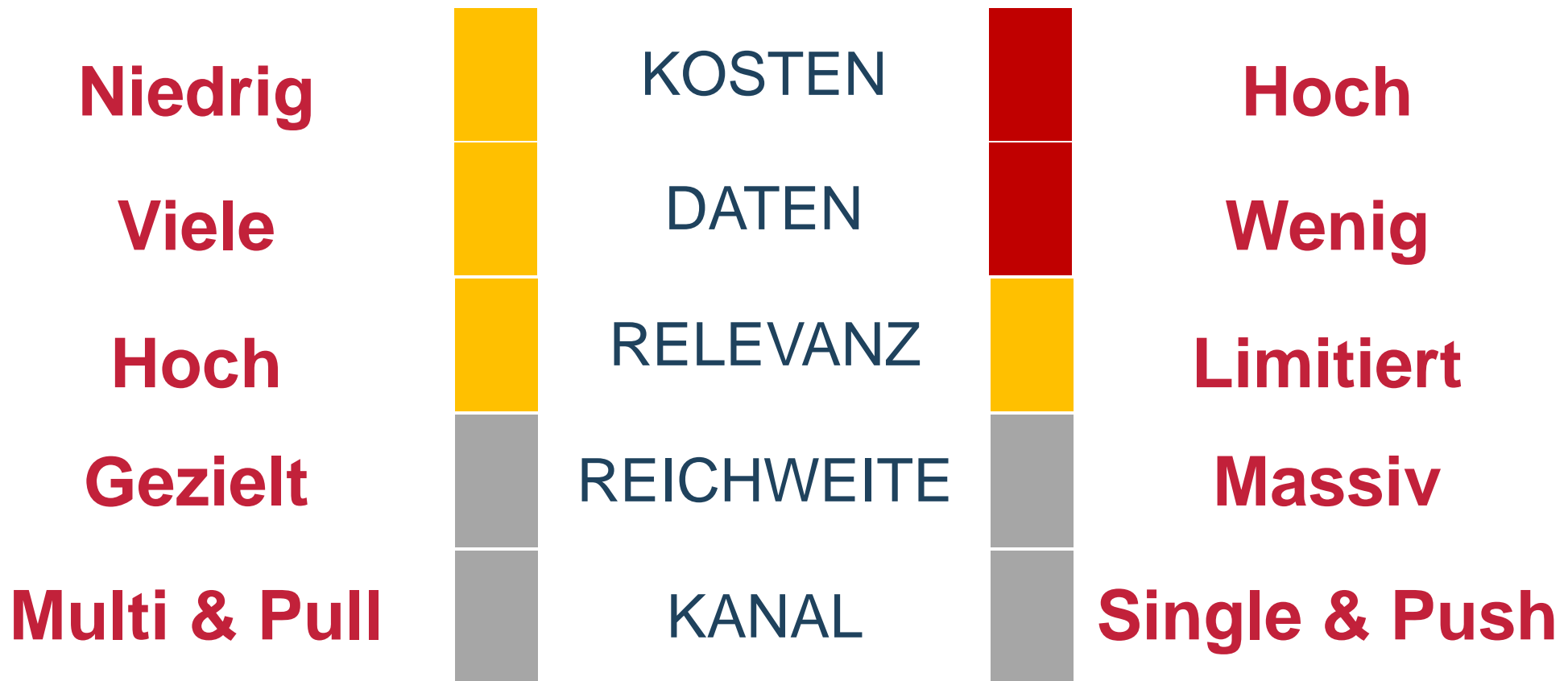
Wichtigste Herausforderungen:
Erkennen von
MARKTVERÄNDERUNGEN und
BEDÜRFNISVERSCHIEBUNGEN

→ **Wettbewerbsvorteil**

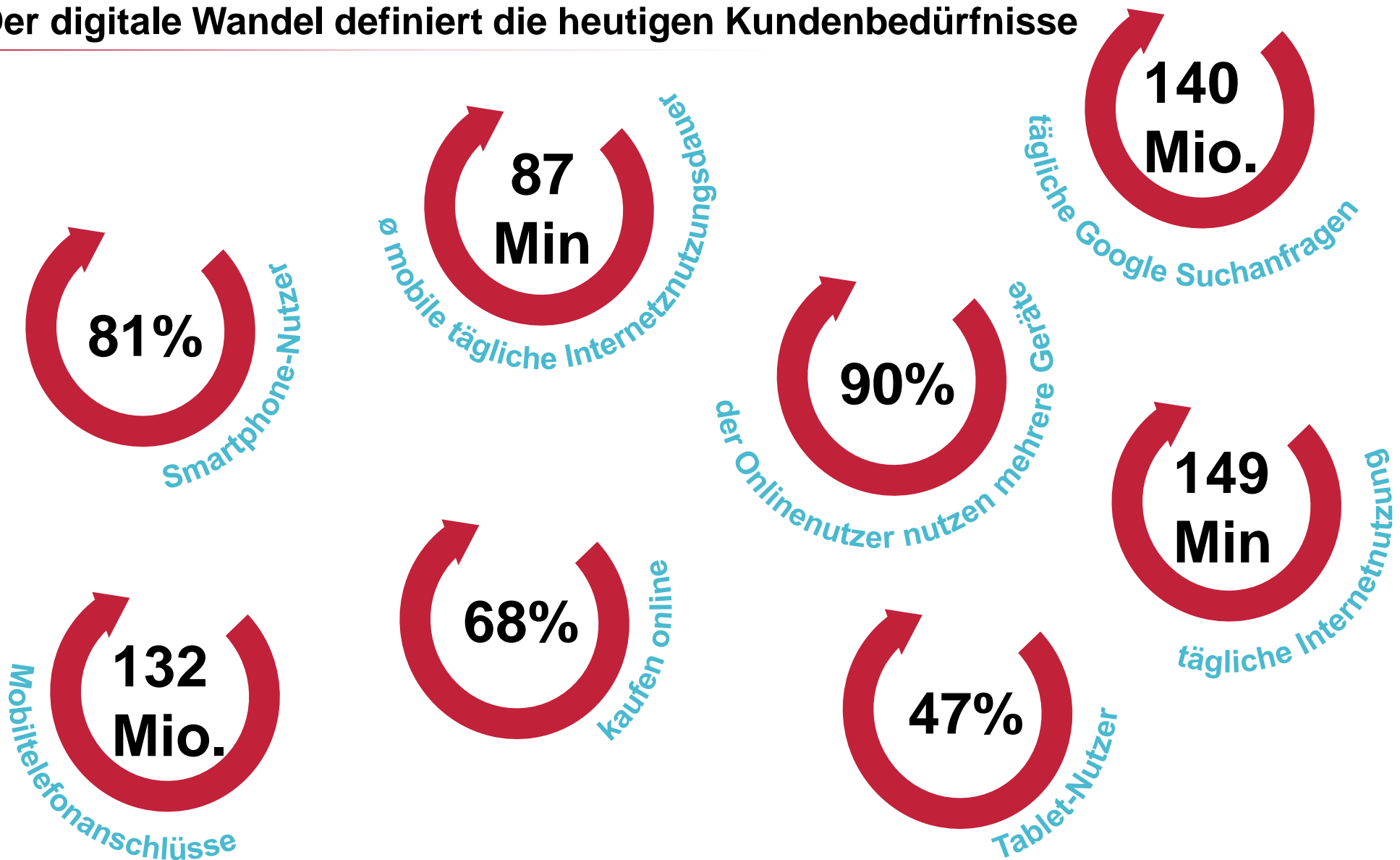
Digitales Marketing ist ein Überbegriff für das **zielgerichtete, messbare** und **interaktive** Marketing von Produkten und Dienstleistungen durch die Nutzung von **digitalen Technologien**, um Leads zu generieren und in Kunden zu konvertieren.

Quelle: Gabler Wirtschaftslexikon

Personalisierte und gezielte Ausspielung von Werbung



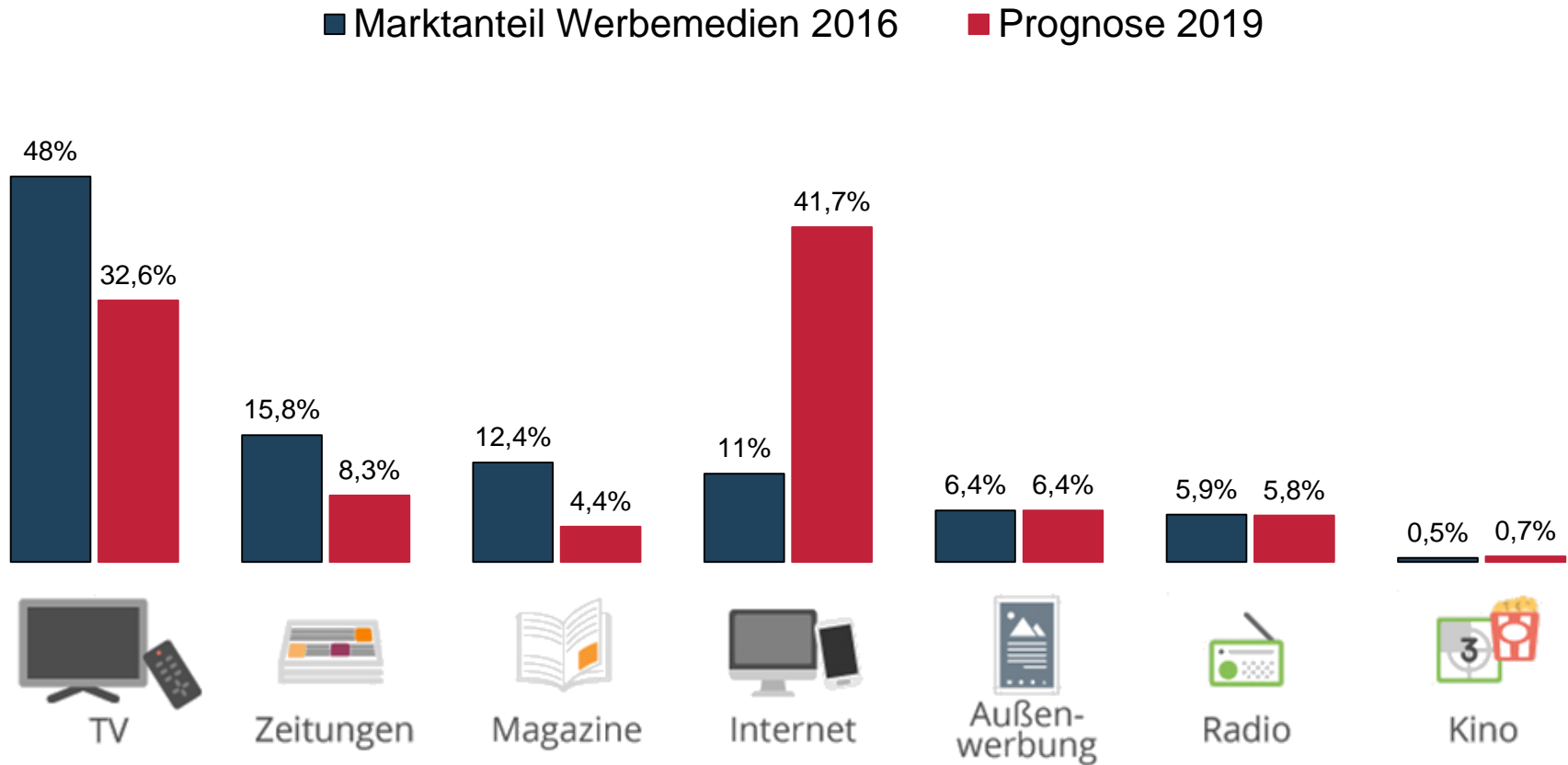
Der digitale Wandel definiert die heutigen Kundenbedürfnisse



Quellen: Tomorrow Focus Media, IfD Allensbach, comScore, IfD Allensbach, GfK

Auch die Werbewirtschaft hat reagiert und ihre Werbebudgets verschoben

Digitale Werbeausgaben überholen stetig die Fernsehwerbung mit starker Überlegenheit bis 2019



Quelle: ZenithOptimedia

Die größten Herausforderungen im Marketing sind digitalen Ursprungs

- 1) Explosion der Kanäle
- 2) Neue Kompetenzen
- 3) Umfassende Daten
- 4) Höhere Geschwindigkeit
- 5) Steigender Erfolgszwang
- 6) Steigender Konsumentenmarkt
- 7) Gestiegene Ansprüche

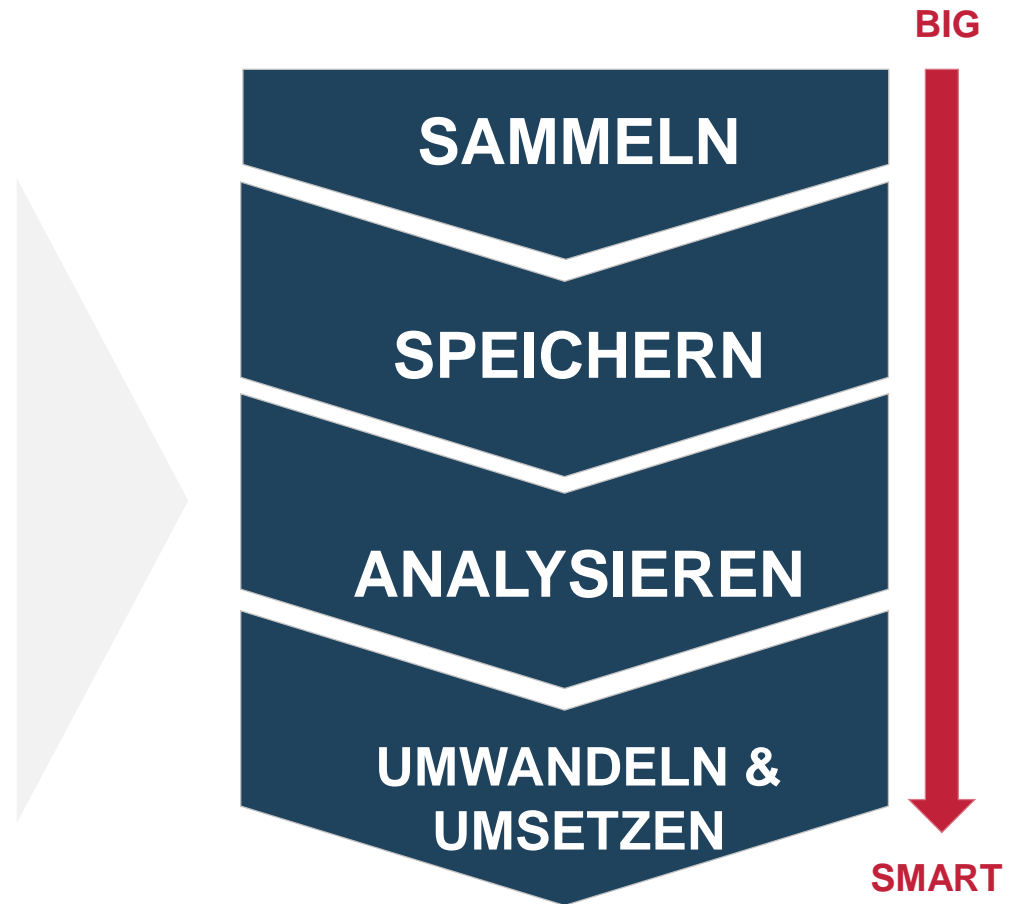


- 1 Aus „Big Data“ „**smart Data**“ machen
- 2 Kanalnutzung erkennen und **präferierten Kanal** ausspielen
- 3 **Intelligentes** Marketing in **Echtzeit** (realtime-fähig)

Daten verändern die Welt

Von Big Data zu Smart Data

Unter **Big Data** versteht man einen Übergriff zu der Verwendung von Computeranwendungen zur **Auswertung großer Datenmengen** zur Erlangung **neuer Erkenntnisse** und **besseren Entscheidungsfindung**.



Quelle:BSA The Software Alliance: Big Data und was es damit auf sich hat

Daten machen den Unterschied

Smart Data praktisch eingesetzt

▪ **Kenia: Gesundheit**

- Mobile Daten ermöglichen Muster für Malariainfektionen
- Identifikation von Infektionsherden, um Behörden bei Ausrottung zu unterstützen

▪ **Barcelona: intelligente Stadt**

- Analyse von Reismustern von Touristen
- Sinnvolle Planung von Mietstationen für öffentliche Fahrräder
- Identifikation von Orten wo mehr Geldautomaten benötigt werden

▪ **Suchmaschinen**

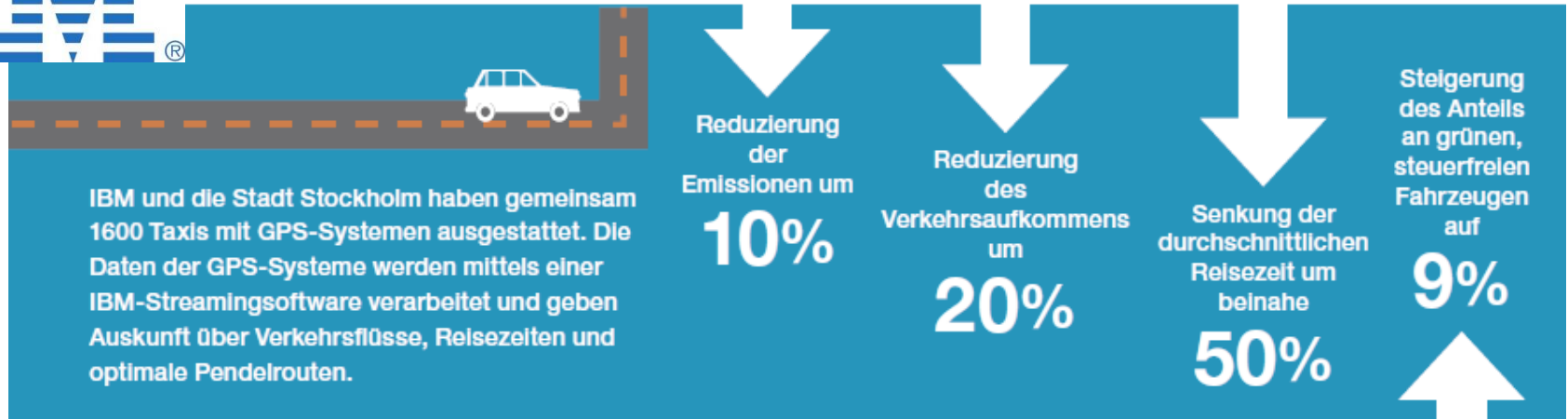
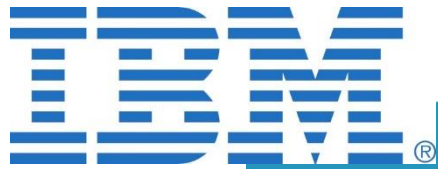
- Big-Data-Analytics als Voraussetzung
- Such- und Onlineverhalten von Milliarden Nutzern werden analysiert
- Erkenntnisse werden auf jeweilige Suche eines einzelnen Users angepasst

▪ **Onlineversand**

- Analyse von Big Data für logistische Umsetzung notwendig
- Pionier im Marketing: Analyse von Kaufverhalten jedes einzelnen Kunden, um auf möglichst vielen Plattformen gezielt für Produkte zu werben

Quelle:BSA The Software Alliance: Big Data und was es damit auf sich hat

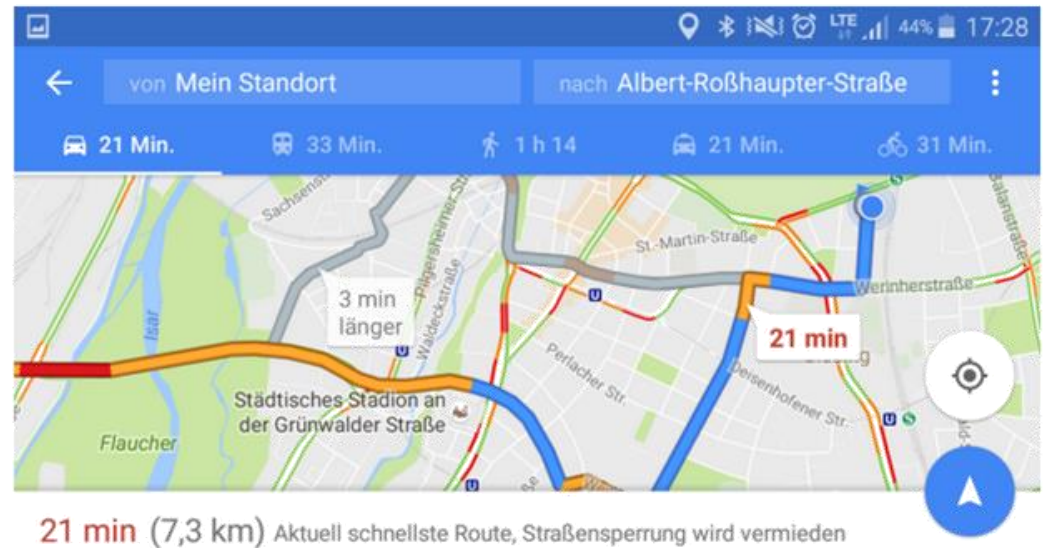
Was passiert mit unseren Daten? Nutzerdaten smart eingesetzt



Source: Bertolucci, Jeff. 'Dublin Points Big Data Tech At Traffic Jams'. InformationWeek 2013. Web.
Nusca, Andrew. 'Stockholm Uses Real-Time GPS Data To Manage Traffic Congestion ZDNet, 2010. Web.



- **Kostenfreier** Kartendienst und Routenplanung (Navi)
- **Datenbasis:** GPS und Standortdaten der Android-Smartphones (80% Marktanteil)
- Übermittlung der aktuellen Geschwindigkeit anderer Verkehrsteilnehmer
 - **Echtzeit-Bild der Straßenlage**
 - **Anzeige für freie Parkplätze**



Dateneinsatz im Marketing mit unveränderter Aufgabenstellung

1. Den richtige **Kunden**

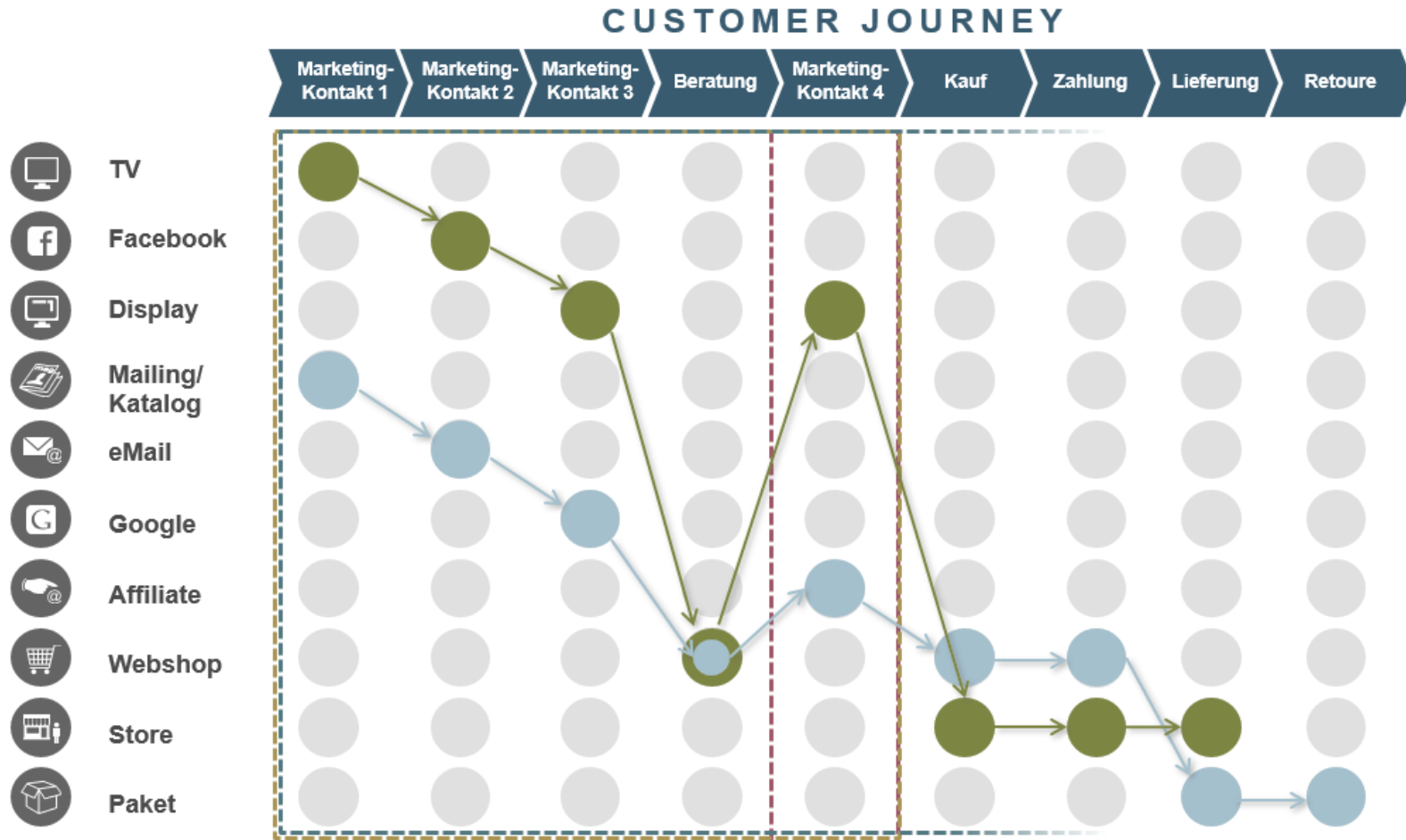
2. zum richtigen **Zeitpunkt**

3. über den richtigen **Kanal**

4. mit der richtigen **Botschaft** begeistern und binden.

Smart Data im Marketing: Stichwort Customer Journey

Nachvollziehen des Kundenverhaltens durch „Smart Data“



Vielen Dank für die Aufmerksamkeit!
Noch Fragen?