

BIG DATA

IM ONLINE-MARKETING

**ERSTELLUNG EINES ANFORDERUNGSKATALOGS FÜR
MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN**

Maria Ludewig
OnlineMedien (B.Sc)
255347

Prof. Dr. Gotthard Pietsch
Prof. Paul Maciejewski

26. Januar 2021
13.00 – 14.00 Uhr
DM 04 - J

PROBLEMSTELLUNG

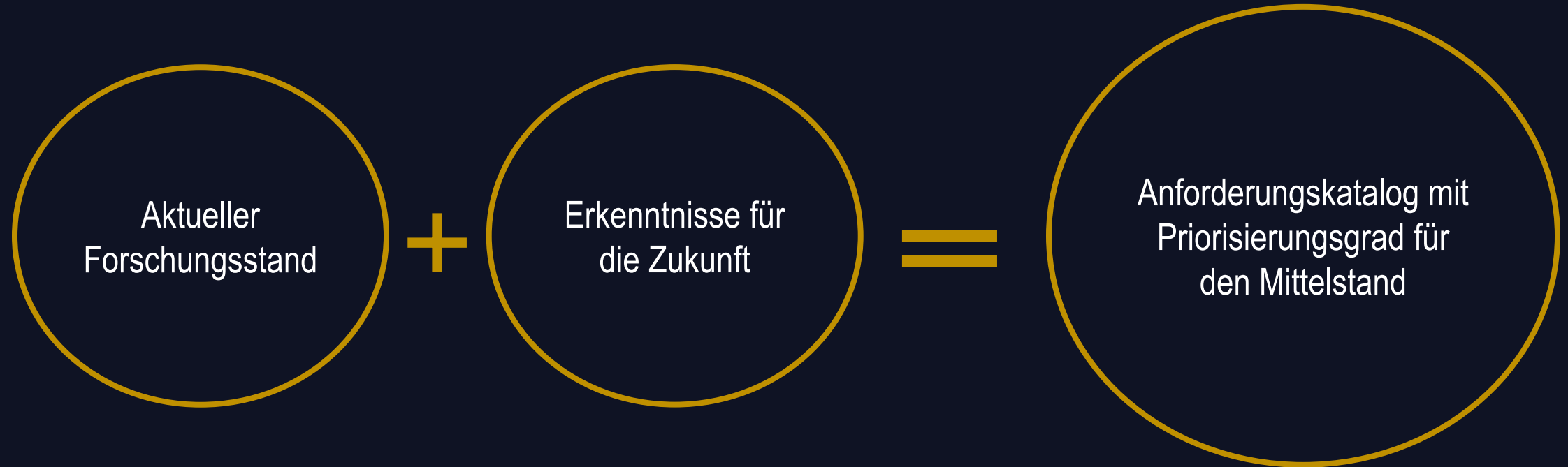
Anpassungsdruck

Unübersichtlichkeit

Dynamik



ZIELSETZUNG



GLIEDERUNGSPUNKTE

- Big Data im Überblick
- Big Data im Kontext des Online-Marketing
- Das Mittelständische Unternehmen

Grundlagen



- Unternehmensinterne Faktoren
- Big Data-Nutzung im Online-Marketing
- Zukunftsperspektive

Themen Anforderungskatalog

ERSTE ERGEBNISSE

Datenbedeutung klären	Erweiterbare Pilotprojekt	Always On-Mentalität	Mobile First
Hard Skills & Soft Skills	Multichannel-Marketing	Individueller und personalisierter Content	

AUSBLICK

Tiefergehende Analysen (Prozess, Online-Marketing)

Priorisierungsgrad analysieren

Auswirkungen von Corona auf den Anforderungskatalog

