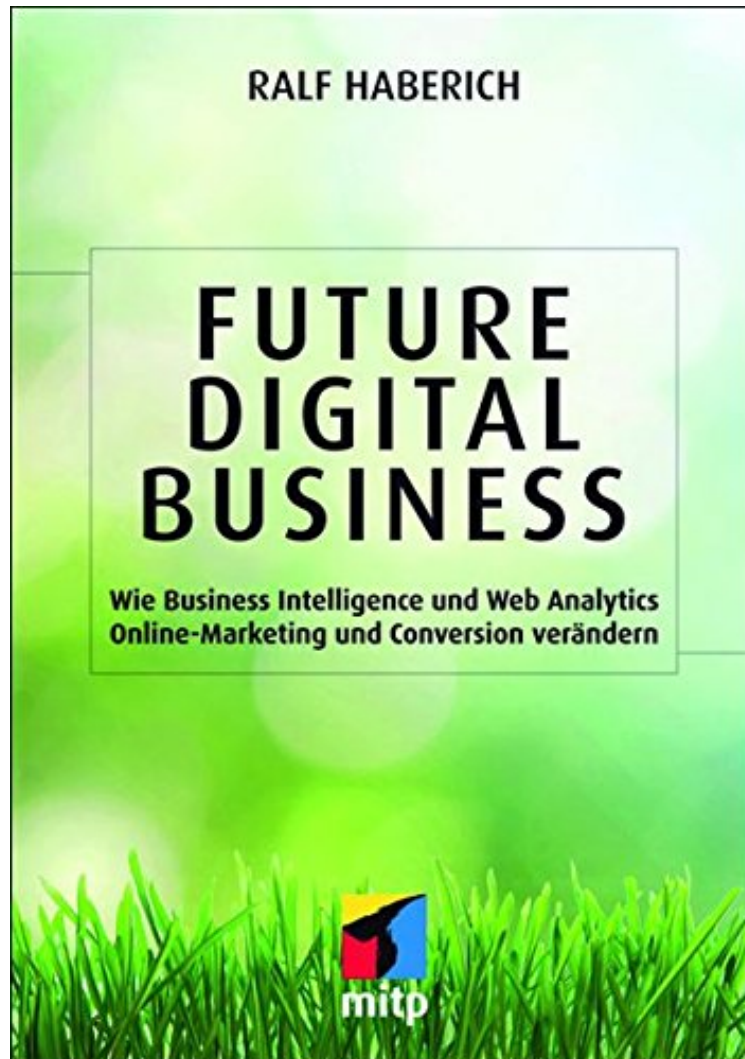


[FREE] Future Digital Business: Wie Business Intelligence und Web Analytics Online-Marketing und Conversion verndern (mitp Business)

Future Digital Business: Wie Business Intelligence und Web Analytics Online-Marketing und Conversion verndern (mitp Business)

Von Ralf Haberich

*DOC | *audiobook | ebooks | Download PDF | ePub*



[Download](#)

[Read Online](#)

Produktinformation -Verkaufsrank: #355173 in BcherVerffentlicht am: 2012-12-17Einband: Gebundene Ausgabe256 Seiten | File size: 24.Mb

Von Ralf Haberich : Future Digital Business: Wie Business Intelligence und Web Analytics Online-Marketing und Conversion verndern (mitp Business) before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Future Digital Business: Wie Business Intelligence und Web Analytics Online-Marketing und

Conversion verändern (mit Business):

textico.de Auf den mehr als 450 Seiten seines Future Digital Business hat der Herausgeber Ralf Haberich mithilfe von Fachleuten, Praktikern, Forschern und Experten den Ist- und Sollzustand von Business Intelligence und Web Analytics sowie deren Auswirkungen auf das Online-Marketing und Conversion aus verschiedenen Blickrichtungen analysiert und in einen theoretischen und praktischen Gesamtzusammenhang für die zukünftige Weiterentwicklung gebracht. Fallbeispiele, Interviews, Expertenbeiträge - das Who is Who der Big Data gibt sich bei Haberich die Seiten in die Hand und liefert einen umfassenden und tief greifenden Überblick und Einblick in die Möglichkeiten und das Potenzial einer sich mit unheimlichem Tempo verändernden Wertschöpfungsmöglichkeit aus den Daten der neuen Informations- und Kommunikationstechnik für Unternehmen. Die Daten sind da - nun ist es an den Unternehmen, sie über den bisherigen Massenauswertungsansatz hinaus zu analysieren und zu nutzen, um aus Vermutungen über individuelles Kundenverhalten eine vorhersagbare Grenze zu machen und aus den Erkenntnissen effizientere Arbeitsabläufe und größere Kundenzufriedenheit zu entwickeln. Und natürlich stellt sich die Frage, welche Abteilungen und Dienstleister hinzugezogen werden müssen. Haberich wendet sich mit Future Digital Business an Entscheider und Fachleute, die sich mit der Datenanalyse beschäftigen und mehr über die Verknüpfung der Daten erfahren, Modelle und Anwendungen vergleichen und ein Verständnis für die Vorteile, die Möglichkeiten und die Umsetzungen entwickeln wollen. --Wolfgang Tre/textico.de

Pressestimmen

Ausführungen für sich selbst weitere Erkenntnisse gewinnen, zum Beispiel darüber, wie letztlich Social-ROI-Berechnungen und Social Media KPIs aussehen könnten. Auch wenn diese explizit nicht erwähnt werden, weist das Buch den Interessierten in jedem Falle in vielerlei Punkten in die richtige Richtung. Wer sich später noch tiefer mit den verschiedenen Themen beschäftigt, wird merken, dass er mit diesem Buch bereits ein solides Wissen erworben hat. ~ Social Media Magazin, 04/2013

Future Digital Business in interessantes und vielseitiges Flickwerk im besten Sinne, mit lesenswerten Beiträgen und praxisnahen Fallstudien. ~ Chip, 18.5.2013

Kurzbeschreibung

Zahlreiche Beiträge und Praxisbeispiele von Analytics-Experten großer Firmen wie Volkswagen, plus.de und Deutsche Bahn

Strategische und operative Aspekte der Datenverknüpfung

Zukünftige Datenanforderungen aus Sicht von Marketing-Fachleuten, Agentur-Inhabern, Führungskräften und Personalberatern

Vorwort von Jim Sterne, Interviews mit Prof. Dr. Mario Fischer, Ossi Urchs u.a.

Seitdem die ersten Unternehmen erkannten, dass es wichtig ist, Informationen über Kunden zu sammeln, sind die Datenmengen exponentiell gestiegen. Aber erst langsam lernt die Wirtschaft, wie solche großen Datenmengen, auch Big Data genannt, richtig analysiert werden und welchen großen Wert in der Kombination von Daten liegt. Auch wenn Web Analytics und Business Intelligence in den meisten Unternehmen noch unabhängig voneinander arbeiten, setzt allmählich ein Umdenken ein: Der Weg führt vom Reporting einzelner Erkenntnisse zu einer integrierten Performance-Analyse. Ein Prozess, bei dem es viel Raum für neue Ideen und Umsetzungen gibt hier liegen die außerordentlich spannenden Herausforderungen für Analysten. In diesem Buch hat der Herausgeber Ralf Haberich zahlreiche Analysten zusammengebracht, die in Beiträgen und Interviews zu Wort kommen. Im ersten Teil des Buches beschreiben sie die neuen Entwicklungen der Analyse und das mögliche Zusammenwachsen von Web Analytics und Business Intelligence. Im zweiten Teil zeigen sie, wie die Analyse bereits in großen Unternehmen in der Praxis umgesetzt wird. Angesichts dieser Daten, die nur auf Erfassung warten, haben sich Unternehmen bisher aber hauptsächlich auf eine Frage konzentriert: Wie sammeln wir diese vielen Daten? Gleich wichtig scheint die Frage: Woher nutzen wir diese Daten? Im dritten Teil des Buches finden Sie Beispiele, die genau diese Frage beantworten und zeigen, woher die gewonnenen Daten genutzt und zur Optimierung verwendet werden können. In Teil 4 wird die Weiterentwicklung der Datenanalyse diskutiert und es werden neue Herausforderungen für Ausbildung und Qualifikationen eines Analysten aufgezeigt. Die Experten aus Theorie und Praxis geben Ihnen in diesem Buch den aktuellsten und besten Einstieg, wenn Sie verstehen wollen, wie Sie in diesem neuen Zeitalter wettbewerbsfähig bleiben können und aus Daten Wissen und Handlungsempfehlungen ableiten wollen.