

**Danial Sarai**

# Data-Driven Marketing als ein Erfolgsfaktor für E-Commerce Unternehmen

**Bachelorarbeit**

# BEI GRIN MACHT SICH IHR WISSEN BEZAHLT



- Wir veröffentlichen Ihre Hausarbeit, Bachelor- und Masterarbeit
- Ihr eigenes eBook und Buch - weltweit in allen wichtigen Shops
- Verdienen Sie an jedem Verkauf

Jetzt bei [www.GRIN.com](http://www.GRIN.com) hochladen  
und kostenlos publizieren



## **Bibliografische Information der Deutschen Nationalbibliothek:**

Die Deutsche Bibliothek verzeichnet diese Publikation in der Deutschen Nationalbibliografie; detaillierte bibliografische Daten sind im Internet über <http://dnb.d-nb.de/> abrufbar.

Dieses Werk sowie alle darin enthaltenen einzelnen Beiträge und Abbildungen sind urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung, die nicht ausdrücklich vom Urheberrechtsschutz zugelassen ist, bedarf der vorherigen Zustimmung des Verlanges. Das gilt insbesondere für Vervielfältigungen, Bearbeitungen, Übersetzungen, Mikroverfilmungen, Auswertungen durch Datenbanken und für die Einspeicherung und Verarbeitung in elektronische Systeme. Alle Rechte, auch die des auszugsweisen Nachdrucks, der fotomechanischen Wiedergabe (einschließlich Mikrokopie) sowie der Auswertung durch Datenbanken oder ähnliche Einrichtungen, vorbehalten.

## **Impressum:**

Copyright © 2021 GRIN Verlag  
ISBN: 9783346426574

## **Dieses Buch bei GRIN:**

<https://www.grin.com/document/1025970>

**Danial Sarai**

# **Data-Driven Marketing als ein Erfolgsfaktor fu r E-Commerce Unternehmen**

## **GRIN - Your knowledge has value**

Der GRIN Verlag publiziert seit 1998 wissenschaftliche Arbeiten von Studenten, Hochschullehrern und anderen Akademikern als eBook und gedrucktes Buch. Die Verlagswebsite [www.grin.com](http://www.grin.com) ist die ideale Plattform zur Veröffentlichung von Hausarbeiten, Abschlussarbeiten, wissenschaftlichen Aufsätzen, Dissertationen und Fachbüchern.

### **Besuchen Sie uns im Internet:**

<http://www.grin.com/>

<http://www.facebook.com/grincom>

[http://www.twitter.com/grin\\_com](http://www.twitter.com/grin_com)

---

# **BACHELORARBEIT**

---

**Data-Driven Marketing als ein  
Erfolgsfaktor für E-Commerce  
Unternehmen**

2021

---

## **Bibliografische Angaben**

Sarai, Danial

Data-Driven Marketing als ein Erfolgsfaktor für E-Commerce Unternehmen

Data-driven marketing as a success factor for E-commerce companies

Hochschule Mittweida, University of Applied Sciences,  
Fakultät Medien, Bachelorarbeit, 2021

## **Abstract**

In unserer heutigen digitalisierten Welt gewinnt das Thema Data-Driven Marketing für E-Commerce Unternehmen zunehmend an Relevanz, insbesondere für deren Online Shops. Vor diesem Hintergrund sind Unternehmen dazu angehalten, sich mit dem Thema auseinanderzusetzen, um im Wettbewerb bestehen zu können. Daher ist die Zielsetzung dieser Arbeit Data-Driven Marketing als einflussreichen Indikator für erfolgreiche E-Commerce Unternehmen herauszuarbeiten, um die Potentialität sowie die damit eingehenden Wettbewerbsvorteile im Markt einzuschätzen. Die Ausarbeitung basiert auf Fachliteratur, Studien, einer vom Autor erhobenen quantitativen Umfrage und aufgrund der Aktualität des Themas auch vermehrt auf Online-Artikel aus dem Internet.

Die Ergebnisse der Arbeit zeigen, dass die Datensammlung und Datenverwertung für das Erreichen von Wettbewerbsvorteilen unabdingbar geworden ist. Die Kernaussage der Arbeit verdeutlicht, wie einflussreich Data-Driven Marketing für kundenzentrierte Angebote, positive Nutzerinteraktion und steigende Verkäufe ist. Zudem wird erkennbar, dass der stationäre Handel sich ohne die Nutzung von E-Commerce in immer größeren Schwierigkeiten befindet und umgekehrt Online Shops den Trend verfolgen, Brücken zum stationären Handel zu schlagen, um demnach beide Verkaufskanäle für die Steigerung der Profitabilität des jeweiligen Unternehmens wahrzunehmen.

# Inhaltsverzeichnis

<b>Inhaltsverzeichnis .....</b>	<b>I</b>
<b>Abkürzungsverzeichnis .....</b>	<b>III</b>
<b>Abbildungsverzeichnis .....</b>	<b>IV</b>
<b>1 Einleitung .....</b>	<b>1</b>
1.1 Einführung in die Thematik .....	1
1.2 Zielsetzung der Arbeit .....	2
1.3 Gliederung und Vorgehensweise der Arbeit .....	2
<b>2 Big Data als Grundlage für Data-Driven Marketing .....</b>	<b>4</b>
2.1 Definition und Begriffserklärungen .....	4
2.2 Die 5 Vs von Big Data .....	4
2.2.1 Volume (Datenmenge) .....	5
2.2.2 Variety (Datenvielfalt) .....	6
2.2.3 Velocity (Geschwindigkeit der Datenauswertung) .....	6
2.2.4 Veracity (Verlässlichkeit der Daten) .....	7
2.2.5 Value (Datenwert) .....	7
2.3 Strukturierte und Unstrukturierte Daten .....	8
2.4 Von Big Data zu Smart Data .....	9
<b>3 Data-Driven Marketing .....</b>	<b>11</b>
3.1 Definition und Begriffserklärung .....	11
3.2 Vorteile von Data-Driven Marketing .....	11
3.3 Herausforderungen für Data-Driven Marketing .....	15
3.4 Customer Centricity .....	18
3.5 Abgrenzung zum Programmatic Marketing .....	20
<b>4 E-Commerce .....</b>	<b>22</b>
4.1 Definition und Begriffserklärungen .....	22
4.2 Ausprägungen des E-Commerce .....	22
4.3 Marketingstrategien im E-Commerce .....	25
<b>5 Data-Driven Marketing im E-Commerce (Good-Practice-Beispiele) .....</b>	<b>29</b>
5.1 Good-Practice-Beispiel 1: Amazon.com .....	29
5.2 Good-Practice-Beispiel 2: OTTO .....	31