

Big Data für Vertrieb und Marketing nutzen

Wie Sie neue Kunden mit Hilfe von genauen Zielgruppenanalysen gewinnen.

Big Data, Social Graph... Sie haben schon mal davon gehört? Sie kennen die Begriffe? Sie wissen, dass im Internet eine Unmenge Daten gespeichert werden. Durch diese Informationen lassen sich neue Kunden gewinnen, aber wie?

Fakten

- 90% der gesammelten Daten wurden erst in den letzten beiden Jahren erzeugt
- Täglich sind es 2,5 Quintillionen Bytes an Daten weltweit
- Die meisten Daten werden durch Eingaben in den Sozialen Netzwerken wie YouTube, Twitter & Co. gewonnen
- Die zunehmende Vernetzung einzelner Medien vereinfacht die Gewinnung von Daten. Ein „gutes“ Beispiel hierfür ist das Zusammenspiel von Facebook und WhatsApp
- Die Datenanalyse zählt zu den umsatzstärksten Feldern von Firmen wie Google, Apple, SAP, ...
- Bis 2020 wird man voraussichtlich über 44 mal so viele Daten verfügen wie heute



Was genau bedeutet eigentlich Big Data?

Big Data bezeichnet sehr große Datenmengen, die durch klassische Methoden der Datenverarbeitung nicht auszuwerten sind. Deshalb nutzen Unternehmen spezielle Software-Programme und Tools um spezifizierte Daten und Verhaltensweisen von möglichen neuen Kunden zu analysieren.



3 Fakten zum Thema Big Data und Datenschutz

- I.** Die Europäische Kommission will das **Datenschutzrecht in Europa grundlegend reformieren**. Kommt die EU-Datenschutzgrundverordnung, gelten für große Big Data Systeme neue Spielregeln.
- II.** Daten zu **Werbezwecken** dürfen nur mit **Einwilligung des Kunden verwendet werden**.
- III.** **Daten aus einer Vertragsbeziehung** dürfen grundsätzlich nur in bestimmten Grenzen für Datenanalysen verwendet werden.

Was genau bedeutet eigentlich Social Graph?

Der Social Graph entdeckt Potenziale und Gemeinsamkeiten möglicher Zielpersonen in den Sozialen Netzen. Dazu werden persönliche Angaben, Freunde, Verbindungen, Interessen und Online-Verhalten verglichen und analysiert. Die Bedeutung und der Nutzen von Social Graph Analysen zum Einsatz im Marketing und Vertrieb gewinnt auch bei deutschen Firmen rasant an Bedeutung.



Social Graph Analyse

Die **SICHERE** Lösung, um Big Data für Ihr Unternehmen zu nutzen.

Es gibt nicht nur die „eine Zielgruppe“. Kunden unterscheiden sich in ihren Anliegen, in ihren Interessen und in ihren Bedürfnissen.

Analysieren Sie die Zielgruppen und lernen Sie, den Kunden dahinter wirklich zu verstehen. Aber ist eine detaillierte Zielgruppenanalyse über die sozialen Netzwerke wirklich sinnvoll für mein Unternehmen?



Was bringt das KONKRET für mein Unternehmen?

1. Innovatives Marketing

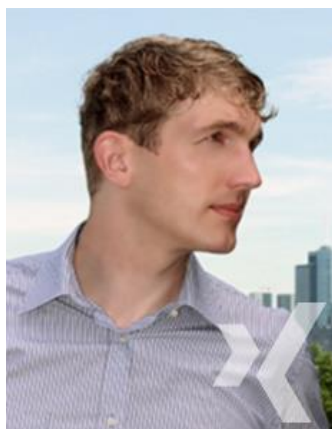
Generieren Sie mit Hilfe der **Social Graph Analyse** Content, der Ihre wirklichen Zielgruppen bewegt. Schaffen Sie einen Mehrwert für Ihre potentiellen Kunden.

2. Leadgenerierung

Durch die **Social Graph Analyse** können Sie die wirklichen Entscheider kontaktieren und damit bessere Quoten im Vertrieb erzeugen.

3. Ansprache optimieren

Sprechen Sie Ihre Zielgruppe und Ihre potentiellen Kunden mit Hilfe der **Social Graph Analyse** in ihren Anliegen an und generieren Sie sich dadurch einen Vorteil gegenüber der Konkurrenz.



Haben Sie noch Fragen?
Oder wollen Sie gleich loslegen?
Ich berate Sie gerne!

F. Alexander Kep
069-71670771

www.social-media-graph.de