

## Marktforschung der Zukunft - Mensch oder Maschine

Bewährte Kompetenzen in neuem Kontext

Dieses Buch macht deutlich, wie Big Data, Social Media und automatisierte sowie innovative Methoden das Berufsfeld der Marktforschung verändern und wie sich die Branche neu aufstellen kann. Die wichtigste Erkenntnis: Die menschliche Arbeitskraft ist nach wie vor gefragt! Renommierete Marktforschungsexperten aus unterschiedlichen Branchen beschreiben, wie neue Instrumente und Verfahren ihre Arbeitsfelder beeinflussen und das Berufsbild differenzieren: Marktforscher der Zukunft beherrschen ihr Metier, integrieren maschinengenerierte Daten, können Methoden und Ergebnisse verständlich kommunizieren und beraten ihre Auftraggeber auf Augenhöhe. Sie entwickeln maßgeschneiderte Methoden, zeigen komplexe Zusammenhänge auf und begleiten das „Storytelling“ für Verbraucher. Wie es gelingen kann, Data Scientist, Data Journalist oder Data Based Consultant zu werden, zeigen die Beiträge in diesem Buch. Ein praxisorientierter, fundierter und in seiner Vielfalt unverzichtbarer Wegweiser für Marktforscher, Studierende, Professoren, Marketingspezialisten, Vertriebler und CX-Anwender.

Dieses Buch macht deutlich, wie Big Data, Social Media und automatisierte sowie innovative Methoden das Berufsfeld der Marktforschung verändern und wie sich die Branche neu aufstellen kann. Die wichtigste Erkenntnis: Die menschliche Arbeitskraft ist nach wie vor gefragt! Renommierete Marktforschungsexperten aus unterschiedlichen Branchen beschreiben, wie neue Instrumente und Verfahren ihre Arbeitsfelder beeinflussen und das Berufsbild differenzieren: Marktforscher der Zukunft beherrschen ihr Metier, integrieren maschinengenerierte Daten, können Methoden und Ergebnisse verständlich kommunizieren und beraten ihre Auftraggeber auf Augenhöhe. Sie entwickeln maßgeschneiderte Methoden, zeigen komplexe Zusammenhänge auf und begleiten das „Storytelling“ für Verbraucher. Wie es gelingen kann, Data Scientist, Data Journalist oder Data Based Consultant zu werden, zeigen die Beiträge in diesem Buch. Ein praxisorientierter, fundierter und in seiner Vielfalt unverzichtbarer Wegweiser für Marktforscher, Studierende, Professoren, Marketingspezialisten, Vertriebler und CX-Anwender. Der Inhalt- Methoden und Verfahren auf dem Prüfstand: Datengewinnung, Datenbetrachtung und Datenverbindung im digitalen Zeitalter- Kundenorientierung im Umbruch: Feedbacksysteme, Touchpoint Management, Kommunikationswirkung- Wegweiser in einer verunsicherten Branche: Marketing und Kommunikation der Institute, Fähigkeiten und Kompetenzen der Mitarbeiter Die Herausgeber Bernhard Keller ist passionierter Markt- und Meinungsforscher und mehrfacher Buchautor. Hans-Werner Klein ist CIO der Twenty54Labs – Experte für Datawork in Industrie und Marktforschung. Prof. Dr. Stefan Tuschl ist Professor für Quantitative Methoden an der Hochschule für Angewandte Wissenschaften (HAW) Hamburg.



**59,99 €**

56,07 € (zzgl. MwSt.)

Lieferfrist: bis zu 10 Tage

**Artikelnummer:** 9783658123642

**Medium:** Buch

**ISBN:** 978-3-658-12364-2

**Verlag:** Springer

**Erscheinungstermin:** 29.09.2016

**Sprache(n):** Deutsch

**Auflage:** 1. Auflage 2016

**Produktform:** Gebunden

**Gewicht:** 761 g

**Seiten:** 331

**Format (B x H):** 173 x 246 mm

