



**Kundenpflege im Internet**

# „CRM für Online-Shops“ von Olga Walter

Tam Hanna



**Titel:** CRM für Online-Shops: Make Big Data Small – Erfolgreiches Customer Relationship Management im E-Commerce  
**Autor:** Olga Walter  
**Seiten:** 232  
**Preis:** 25,99 Euro (E-Book 25,99 Euro)  
**Verlag:** mitp Verlag  
**Jahr:** 2016  
**ISBN:** 978-3-95845-033-2

▶ Olga Walter beginnt ihr Buch mit einer Erwähnung der klassischen Geschichte bei Target: Das amerikanische Unternehmen wusste, dass eine Kundin schwanger war, noch bevor die Kundin es selbst feststellte.

Dieser Einstieg in das dreigeteilte Werk ist gelungen. Teil eins beginnt mit einer Einführung in die Datenerhebung und erwähnt auch die Rolle von Daten in der Welt des Customer Relationship Management (CRM). Die Autorin arbeitet sehr E-Mail-zentriert, weshalb sie ihrem Lieblingskommunikationsmedium ein eigenes Kapitel widmet.

Der zweite Teil beschäftigt sich mit Analyse und Auswertung der vorliegenden Informationen. Die Identifikation der Kundengruppen kommt dabei ebenso zur Sprache wie die Berechnung von Kundenqualität. Nutzung von Cross-Analytics und Feststellung der Gründe für die Abwanderung von Kunden gehören ebenfalls zum Themenkreis. Das Buch geht auch darauf ein, wie man zusätzliche Informationen durch Kundenbefragungen ermittelt, wenn die automatisch eingesammelten Daten nicht ausreichen.

Der dritte Teil beschäftigt sich damit, wie man aus den gefundenen Daten Wissen ableitet. Den unter Marketingexperten als kritisch eingeschätzten Gutscheinen widmet die Autorin ein eigenes Kapitel, in dem sie auf kritische Risiken eingeht.

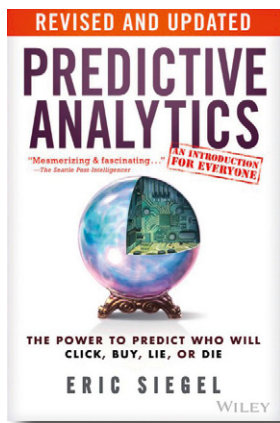
Zu guter Letzt bietet der vierte Teil einen holistischen Einblick in die Rolle des CRM im Gesamtunternehmen, und wagt auch eine Vorausschau in die Zukunft des CRM. Vier Anhänge ergänzen das Werk und gehen auch auf den insbesondere in Deutschland wichtigen Datenschutz ein.

*Fazit:* Das sehr flockig geschriebene Werk ist didaktisch gut aufbereitet. „CRM für Online-Shops“ ist ideal für all jene geeignet, die mehr über das Wie und Wieso des CRM wissen wollen. Praktische Schrittanleitungen suchen Sie in diesem Werk vergebens.

**Einstieg in die datengetriebene Prognose**

# „Predictive Analytics“ von Eric Siegel

Tam Hanna



**Titel:** Predictive Analytics: The Power to Predict Who Will Click, Buy, Lie, or Die  
**Autor:** Eric Siegel  
**Seiten:** 356  
**Preis:** 24,90 Euro (E-Book 18,99 Euro)  
**Verlag:** John Wiley & Sons  
**Jahr:** 2. Auflage, 2016  
**ISBN:** 978-1-119-14567-7

▶ Eric Siegel gilt als Gott der datengetriebenen Voraussage. Sein vor Kurzem neu aufgelegter Klassiker tritt mit dem Versprechen an, dem Leser die Möglichkeit zur Voraussage von Klicks, Käufen und sogar dem menschlichen Tod zu ermöglichen.

„Predictive Analytics“ beginnt mit einer Einführung in die Rolle der Datensammlung und einer Kurzbesprechung der Möglichkeiten, Grenzen und der Entwicklungsgeschichte dieser vergleichsweise neuen Zunft. Das dritte Kapitel beschäftigt sich mit möglichen „Fehlersituationen“: Nicht alles, was ein

prädiktives Analysesystem ausgibt, stellt eine valide Information dar. Kapitel vier nutzt die Kreditvergabesysteme einer bekannten angelsächsischen Bank zur Vorstellung von Entscheidungsbäumen: Eine praktische Implementierung wird nicht gezeigt.

Anhand des Netflix Prize – der Videoverleih lobte eine Prämie für Verfahren aus, die das Nutzerverhalten voraussagen – folgt eine Besprechung von Aggregatmodellen. Dieses Wissen dient im nächsten Schritt zur Erklärung von Systemen wie IBMs Antwortcomputer Watson.

Wiley bietet seine Bücher nur in englischer Sprache an. Das mit vielen Anekdoten angereicherte Werk liest sich stellenweise wie ein Roman, der auch für Nichtmuttersprachler problemlos verständlich sein sollte. Vor den – lesenswerten – Appendices findet sich noch ein Kapitel, das auf die Rolle von Sprache und Timing im Bereich der Predictive Analytics eingeht.

*Fazit:* Siegels Werk ist keine Schritt-für-Schritt-Anleitung, an deren Ende ein funktionierendes Prognosesystem steht. Der Autor behandelt eine Vielzahl von Themen eher oberflächlich – bis zum fertigen „Prädiktor“ ist zusätzliche Literaturrecherche notwendig.



**Tam Hanna** ist Gründer der Tamoggemon Holding k.s. Er beschäftigt sich mit der Programmierung und Anwendung von Mobilcomputersystemen und steht gerne für Vorträge und Fragen zur Verfügung.  
 E-Mail: tamhan@tamoggemon.com