

NEUERSCHEINUNG

Vergessen Sie Big Data – setzen Sie auf Small Data



BIBLIOGRAFISCHE DATEN

Martin Lindstrom

Small Data.

Preis: 24,99 € (A: 25,75 €)
322 Seiten | gebunden mit SU
ISBN: 978-3-86470-351-5
Kulmbach, März 2016

Martin Lindstrom gilt als moderner Marketing-Guru. Doch seine wichtigsten Erkenntnisse macht er nicht mithilfe von Big Data. Es sind vielmehr die kleinen Einblicke in das Verbraucherverhalten in den Haushalten selbst, die helfen, wirklich innovative Marken zu entwickeln. Deshalb sieht sich Lindstrom selbst als «forensischen Ermittler der emotionalen DNA». Mithilfe von Small Data sucht Lindstrom nach Hinweisen, welche die Wettbewerber oft übersehen. Nicht nur, weil die Hinweise so subtil sind, sondern weil die Wettbewerber damit beschäftigt sind, Datenberge anzuhäufen und verzweifelt nach Korrelation suchen, dabei aber die Kausalität übersehen.

Lesen Sie unter anderem: Wie ein ziemlich kaputter Turnschuh aus dem Zimmer eines elfjährigen deutschen Jungen den Turnaround bei LEGO einleitete. Wie ein Kühlschranksmagnet aus einer Küche in Sibirien eine Supermarktrevolution in den USA auslöste. Wie ein Teddy in einem Mädchenschlafzimmer dabei half, 1.000 Läden einer Modekette in 20 Ländern zu revolutionieren.



Martin Lindstrom ist Experte für Brandbuilding, Autor mehrerer Bestseller und wurde vom Time Magazine unter die 100 einflussreichsten Menschen der Welt gewählt. Zu seinen Klienten zählen die Walt Disney Company, Nestlé, LEGO, American Express, Mercedes-Benz, McDonald's und Microsoft.