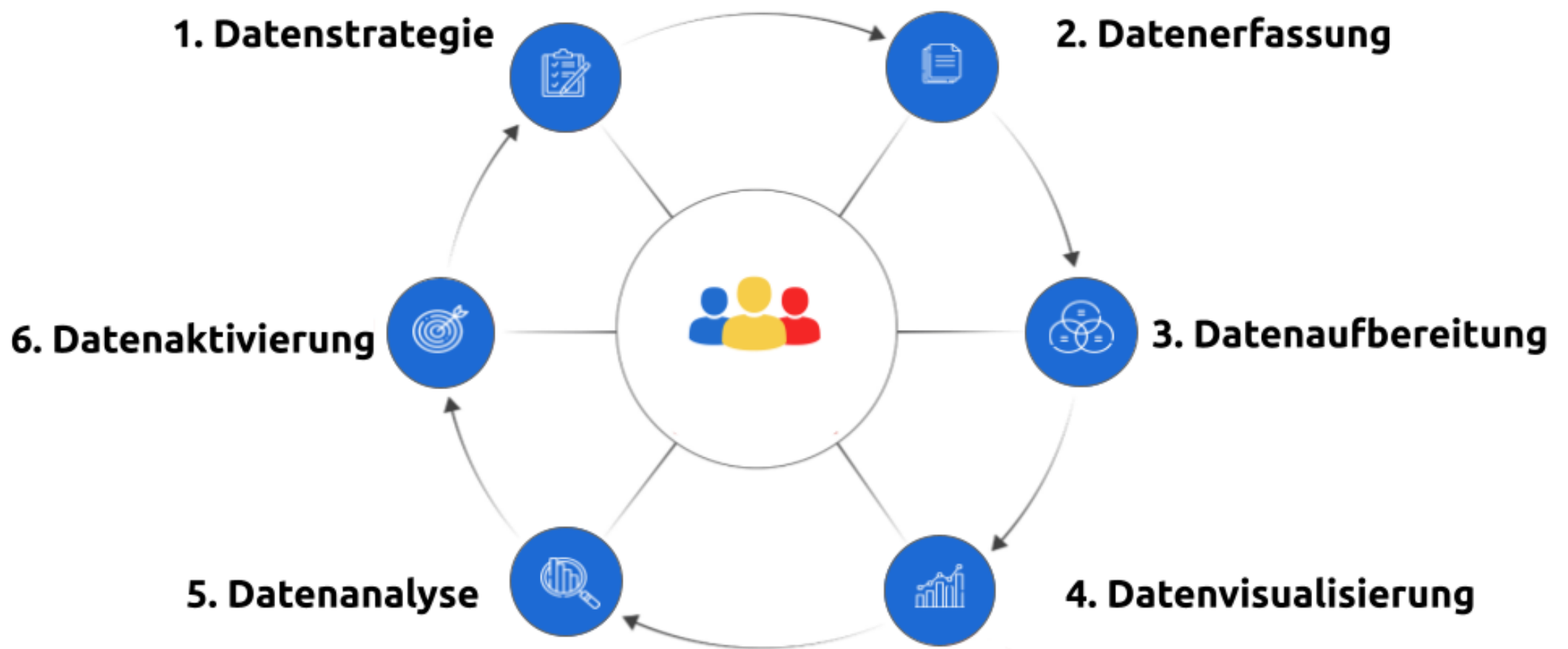


Datatoolbox Circle



Datenstrategie

Vor der Umsetzung der Marketing Daten Pipelines erfolgt die Konzipierung einer individuellen **Datenstrategie**, die auf die jeweilige Ausgangssituation und den gesetzten Unternehmenszielen zugeschnitten ist.

Sie soll das Projekt transparent machen und ist die Grundlage dafür, alle Beteiligten auf einen einheitlichen Kenntnisstand zu bringen. Eine Datenstrategie hilft dabei, die angestrebten Ziele im Blick zu behalten und den Mehrwert in den Fokus zu stellen.

Datenerfassung

Da die Daten aus unterschiedlichsten internen und externen Quellen stammen, müssen diese zunächst erschlossen werden.

Zu diesem Zweck werden **automatisierte Datentransfers** erstellt, um die benötigten Daten täglich ins Data Warehouse (z.B. Google BigQuery) zu laden. Hierbei erfolgt ebenso die Speicherung und Historisierung der Daten für einen vereinbarten und sinnvollen Zeitraum.



Datenaufbereitung

Die erfassten Rohdaten werden im **Data Warehouse** mit Hilfe von SQL-Jobs auf ein einheitliches, verwertbares Format gebracht. Dies betrifft bspw. die Anpassung auf einheitliche Datentypen, die Bereinigung fehlerhafter oder inkonsistenter Daten oder die Neuberechnung von KPIs und Metriken.

Ziel ist die Harmonisierung und Aggregation der Daten für die geplanten Analysezwecke.

Datenvisualisierung

Die Erstellung eines **Dashboards** und die Auswahl der grafischen Elemente wählen wir entsprechend der Bedürfnisse und zu beantwortenden Fragestellungen des Anwenders.

Eine Führungskraft will beispielsweise auf einen Blick wissen, ob es signifikante Abweichungen von der Norm gibt. Im Gegensatz dazu benötigt ein Datenanalyst verschiedene Detailtiefen und die Möglichkeit von Datenfiltern oder Drill Downs.

Datenanalyse

Die Datenanalyse hat das Ziel, aus den zuvor aufbereiteten Zieldaten unter Anwendung **statistischer Analyseverfahren** Informationen und Erkenntnisse zu gewinnen, sie zu beschreiben und darzustellen.

Die Methodik und die angewandten Verfahren werden durch die zu beantwortende Fragestellung und die Art und Qualität der Daten bestimmt.

Datenaktivierung

Datenanalyse darf kein Selbstzweck sein. Daher helfen wir dabei die Daten **sinnvoll zu nutzen**, sei es durch Ad-hoc-Analysen, regelmäßigen Reportings, (Budget-)monitoring, automatisierte Frühwarnsysteme oder zur gezielten und automatisierten Aussteuerung von Marketingkampagnen.



Datenqualität

Marketing Intelligence ist ein **iterativer und fortlaufender Prozess**. Daher begleiten wir unsere Projekte auch langfristig und kümmern uns um Betrieb des Data Warehouses und die Gewährleistung von tagesaktuellen und korrekten Daten.

Dafür implementieren wir automatisierte Überwachungsmechanismen wodurch wir fehlende oder unplausible Daten frühzeitig erkennen können.



Klingt interessant?

Dann melde dich jetzt zum kostenlosen Strategiegelgespräch an!



www.datatoolbox.de/kontakt



Datatoolbox