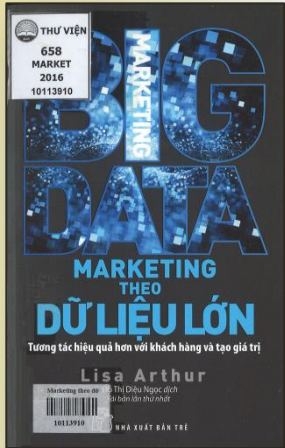


BIG DATA - MARKETING THEO DỮ LIỆU LỚN

Tương tác hiệu quả hơn với khách hàng và tạo giá trị



Tác giả: Lisa Arthur; (dịch Đỗ Thị Diệu Ngọc)

Nhà xuất bản: Trẻ

Nơi xuất bản: Tp. Hồ Chí Minh

Năm xuất bản: 2016

Môn loại: 658

Trong thời đại số hóa, khi mạng xã hội và các công cụ tìm kiếm lên ngôi, lượng dữ liệu doanh nghiệp có thể thu về là nhiều vô kể. Công việc của những nhà marketing sành sỏi về công nghệ và dựa trên dữ liệu là hiểu được đúng thông điệp với đúng khán giả vào đúng thời điểm để chi phối hành vi tiêu dùng. Marketing dựa trên dữ liệu lớn đòi hỏi não trạng mới, cam kết về tổ chức cùng những công cụ và kỹ thuật mới.

Trong vài năm gần đây, dữ liệu lớn đã thống trị hoạt động marketing - và những hoạt động kinh doanh mở rộng. Cùng với điện toán đám mây, các công cụ và công nghệ mới đã được sáng tạo để nắm bắt dữ liệu lớn, làm thay đổi vĩnh viễn marketing số.

Cuốn sách “**Big Data - Marketing theo dữ liệu lớn: Tương tác hiệu quả hơn với khách hàng và tạo giá trị**” của Lisa Arthur cung cấp lộ trình chiến lược cho những nhà điều hành muốn xua tan sự hỗn loạn và bắt đầu tạo ra lợi thế cạnh tranh và mức tăng trưởng hàng đầu. Sử dụng các ví dụ thực tế, phi thuật ngữ, các nguồn tham khảo có thể tải về, và giọng văn khôi hài, sách sẽ giúp bạn phát hiện các biện pháp giải quyết bằng marketing dựa theo dữ liệu với kế hoạch năm bước xử lý luận cứ dữ liệu lớn.

Nội dung cuốn sách gồm 4 phần:

- I - *Chúng ta đã gặp rắc rối như thế nào?*
- II - *Chuẩn bị sẵn sàng cho marketing dựa trên dữ liệu lớn*
- III - *Năm bước marketing dựa trên dữ liệu và luận cứ dữ liệu lớn*
- IV - *Hiện thực hóa giá trị của marketing dựa trên dữ liệu lớn*

Trân trọng giới thiệu cuốn sách cùng bạn đọc!