

Klaus-Peter Wiedmann / Frank Buckler
(Hrsg.)

Neuronale Netze im Marketing-Management

Praxisorientierte Einführung
in modernes Data-Mining

Inhaltsverzeichnis

Vorwort

Abkürzungsverzeichnis

Autorenverzeichnis

I. Grundlegung

<i>Klaus-Peter Wiedmann, Frank Buckler, Holger Buxel</i> Data Mining - ein einführender Überblick	15
<i>Klaus-Peter Wiedmann und Frank Buckler</i> Neuronale Netze im Management	35

II. Anwendungen: Beiträge aus der Praxis

<i>Frank Säuberlich</i> Web Mining: Effektives Marketing im Internet	103
<i>Reinhard Strüby</i> Bonitätsprüfung mit Neuronalen Netzen im Versandhandel	123
<i>Tanja Schneider, Martin Nelke, Marco Poloni</i> Kundenbindung und Abwanderungsprävention: Einführung und Fallbeispiel	133
<i>RalfUerkvitz</i> Neuronale Netze zur Einkommenschätzung	165
<i>Georg Greutter,</i> Wertschöpfung durch Customer Behavior Modeling	195
<i>Klaus-Peter Wiedmann, Hans-Hermann Jung</i> Neuronale Netze zur Segmentierungsanalyse in der Automobilindustrie	209

III. Anwendungen: Beiträge aus der Wissenschaft

Carsten Lange

Zeitreihenanalyse mit Neuronalen Netzen.....231

Klaus-Peter Wiedmann und Frank Buckler

Mediaplanung mit Neuronalen Netzen.....253

Klaus-Peter Wiedmann,

Neuronale Netze als Basis eines effizienten Zielkundenmanagements in der

Finanzdienstleistungsbranche.....287