



Kolloquium zur Bachelorarbeit

Beatrix Weber

## **„Einsatz von Maschinellern Lernen für die Segmentierung von Kunden im Customer Relationship Management: Eine Systematische Literaturanalyse“**

In den letzten Jahrzehnten haben sich die geschäftlichen Beziehungen zu Kunden im B2C Bereich grundlegend geändert. Die Entwicklungen im globalen und internationalen Markt lassen den eher preissensitiven Kunden in den Mittelpunkt des Unternehmens rücken.

Nicht zuletzt liegt dies an den gestiegenen Möglichkeiten Informationen zu erlangen. Die Informationsasymmetrie zwischen Kunden und Unternehmen wird folglich reduziert. Doch nicht nur die Kunden, vor allem Unternehmen können diese Informationen sammeln, sowie gezielt und für zukünftige Entscheidungen nutzen.

Um die gesammelten Informationen zu verarbeiten und effektiv für das Customer Relationship Management zu verwenden, wird zunehmend auf Künstliche Intelligenz und Maschinelles Lernen gesetzt.

Maschinelles Lernen ist dabei die Fähigkeit von Computern, aus Daten zu lernen, ohne explizit dafür programmiert zu sein. Dabei kann dieses Wissen auf unbekannte Aufgaben übertragen werden.

Wie und inwiefern dieser Aspekt in der aktuellen Literatur thematisiert wird und mit welcher Methode eine geeignete Analyse der Thematik stattfinden kann, ist Schwerpunkt dieser Thesis. Die gewählte Methode der Systematischen Literaturanalyse wird dabei modifiziert und um ein Filtrationsverfahren erweitert. In einem weiteren Schritt wird die so gefundene Literatur analysiert.

**Montag, 29.03.2022, 17:00 Uhr**

**Videokonferenz: BBB** <https://webconf.tu-clausthal.de/b/jor-a6p-eeen>