

## Forschungsprojekt Marketing (88-021-MS23-S-SE-0408.20241.001)

### „Generating Customer Insights from Text Data“

#### **Ziel des Forschungsprojektes:**

Die Studierenden lernen textliche Produktbewertungen (z.B. amazon.de, yelp.com) zu erheben, aufzubereiten und auszuwerten um Customer Insights (Kaufgründe, (Un-)Zufriedenheit) zu generieren.

#### **Takeaways für die Studierenden:**

- Wie erhebe ich gezielt und auf bestimmte Marketing-Fragestellungen (Produkt-/Marktwahl) ausgerichtet Textdaten?
  - Beispielhafte Fragestellungen: Preis-Value Zusammenhang, Ursachen von Unzufriedenheit, Designmängel, Markenwert
- Wie kann ich die auf diesem Weg erhobenen Textdaten aufbereiten und einer empirischen (auch modellgestützten) Analyse zugänglich machen?
- Welche Ergebnisse erzeugen erste (und einfache) deskriptive Auswertungen der Daten (z.B. Word Counts)?
- Welche zusätzlichen Customer Insights lassen sich mit State-of-the-Art Textmodellen (Topic-Modelle, LLM wie ChatGPT) erzeugen?
- Wie kommuniziere ich aus einer Textanalyse generierte Customer Insights (vor allem Marketing-Praktikern)?

Die Auswertung der erhobenen Textdaten erfolgt deskriptiv und mithilfe verschiedener Textmodelle (z.B. Sentiment Analyse, Topic Modelle, Embedding Modelle). Das Forschungsprojekt bereitet Studierende darauf vor, eigenständige, zielgerichtete Analysen von Textdaten zu Marketingzwecken durchzuführen und empirische wissenschaftliche Abschlussarbeiten im Bereich Textanalyse im Marketing zu verfassen.