

SBWL Messe

SBWL Handel & Marketing

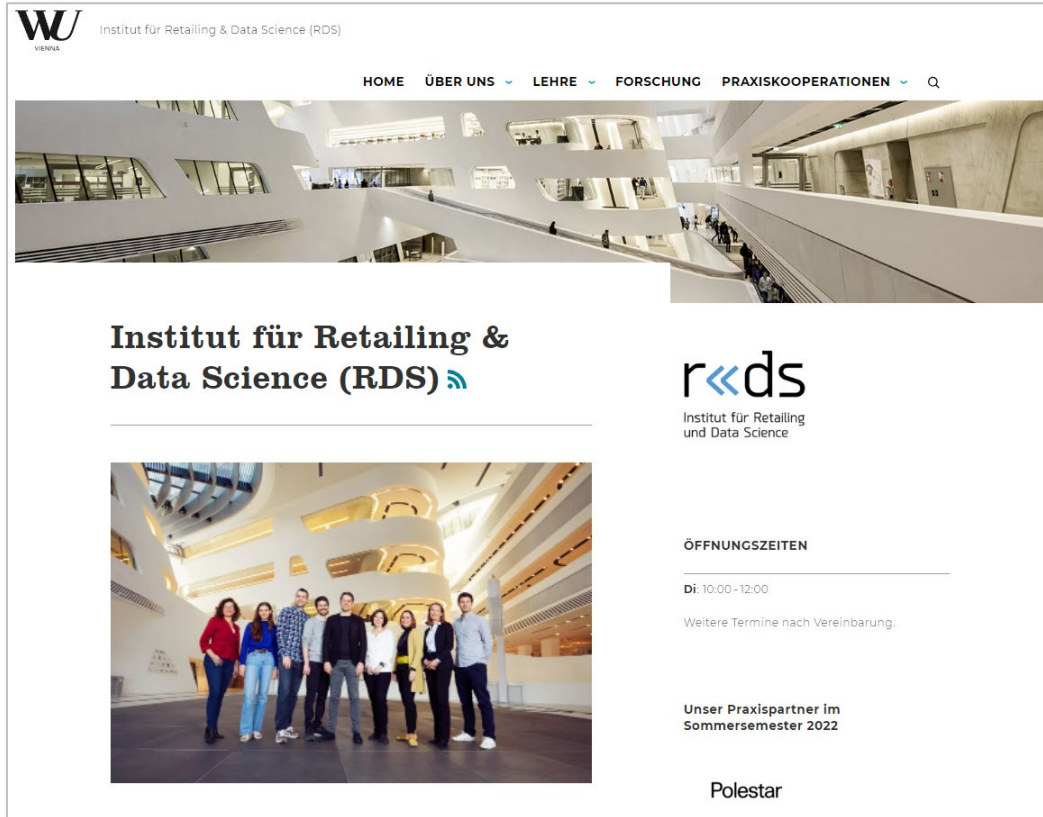
WU

WIRTSCHAFTS
UNIVERSITÄT
WIEN VIENNA
UNIVERSITY OF
ECONOMICS
AND BUSINESS

Univ.Prof. Dr. Nils Wlömert
Vorstand, Institut für Retailing & Data Science

MAI 2024





The screenshot shows the homepage of the Institut für Retailing & Data Science (RDS). At the top left is the WU logo and the text 'Institut für Retailing & Data Science (RDS)'. A navigation menu includes 'HOME', 'ÜBER UNS', 'LEHRE', 'FORSCHUNG', and 'PRAXISKOOPERATIONEN'. Below the menu is a large image of a modern building interior. The main heading reads 'Institut für Retailing & Data Science (RDS)'. To the right is the 'r<<ds' logo and the text 'Institut für Retailing und Data Science'. Below this is a section titled 'ÖFFNUNGSZEITEN' with the text 'Di: 10:00 - 12:00' and 'Weitere Termine nach Vereinbarung.'. At the bottom, it states 'Unser Praxispartner im Sommersemester 2022' and 'Polestar'. On the left side of the main content area, there is a smaller image of a group of people standing in a modern building interior.

r<<ds

Institut für Retailing
und Data Science

weitere Infos:
www.wu.ac.at/retail

oder Anfrage an:
rds@wu.ac.at

Institut für Retailing & Data Science

<https://www.linkedin.com/company/institut-f%C3%BCr-retailing-data-science-rds/>

The screenshot displays the LinkedIn profile of the Institut für Retailing & Data Science (RDS). The header includes the LinkedIn logo, a search bar, and navigation icons for Start, Ihr Netzwerk, Jobs, Nachrichten, Mitteilungen, Sie, and Lösungen. The main profile section shows the RDS logo, a group photo, and the text 'Institut für Retailing & Data Science (RDS) Forschungsdienste - Wien, Wien · 71 Follower:innen'. Below this, it states 'Florian ist hier beschäftigt · 1 Mitarbeiter:in' and provides buttons for 'Follower:in', 'Website besuchen', and 'Mehr'. A banner encourages following other companies to increase visibility. The main content area is divided into 'Beiträge', 'Jobs', and 'Personen'. A featured post by Cordula Cerha is shown, along with a 'See who's hiring on LinkedIn' banner. The right sidebar lists 'Ebenfalls angesehen' pages: Wirtschaftsuniversität Wien (3 followers), idiPaga (12 followers), and SOLVION (904 followers).

r<<ds

Institut für Retailing
und Data Science

weitere Infos:

www.wu.ac.at/retail

oder Anfrage an:

rds@wu.ac.at

Institut für Retailing & Data Science Team



r<<ds

Institut für Retailing
und Data Science



Forschung

Orientiert sich an praxisrelevanten Problemen, welche wir datengestützt basierend auf dem aktuellsten Stand der Forschung lösen

Publikation der Ergebnisse in internationalen Top-Journals

Lehre

Vermittlung aktuellster Erkenntnisse mit starkem Praxisbezug

Bachelor (SBWL)
Master
PhD
Postgraduate

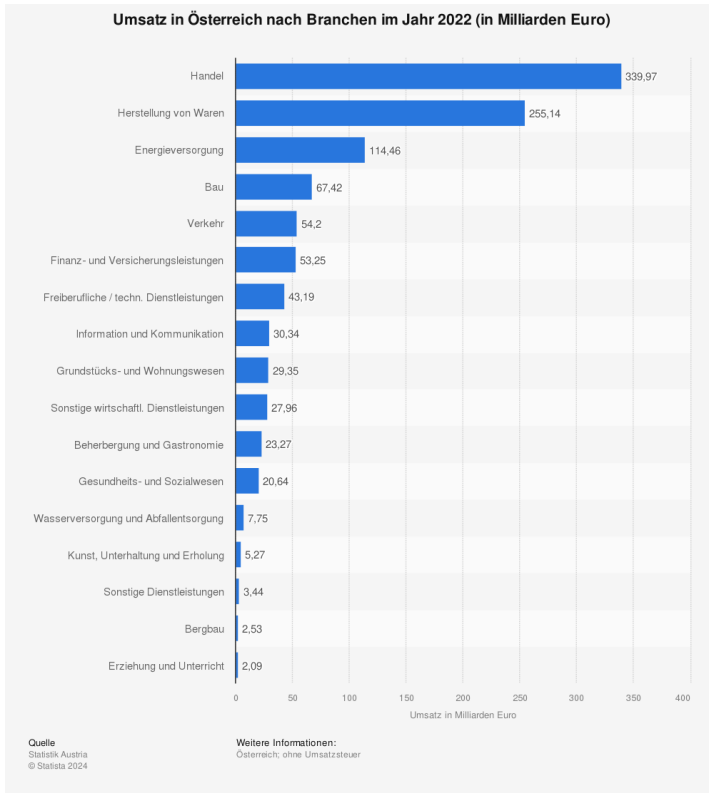
Praxis



Warum Handel & Marketing?

Digitale Revolution im Handel: Tops and Flops

Von Omnichannel-Trends, Social Commerce und Data-based Decision Making:



Forbes
Jul 15, 2021, 01:30pm EDT | 1.339 views

Retail Is Back – It’s Time To Modernize Stores With An OmniChannel Experience

FORBES > INNOVATION > ENTERPRISE TECH

7 Ways Retailers Are Using Generative AI To Provide A Better Shopping Experience

Bernard Marr Contributor @

Feb 29, 2024, 01:50am EST

Powering growth in China with social and live commerce

April 21, 2023

ntv
DIENSTAG, 14. SEPTEMBER 2021
Onlinekauf floriert dank Corona
Jeder Vierte kauft Lebensmittel

Data has a better idea

Alexander McQueen
Alexander McQueen - folded-detail satin...
Alexander McQueen - leather shoulder ba...
Alexander McQueen - small Goyu leather shoulder ba...
Alexander McQueen - leather shoulder ba...

Großflächiger Rückzug

Getir gibt 17 von 23 deutschen Städten auf

Der Express-Lieferdienst zieht sich aus der Mehrheit der deutschen Städte zurück. Die meisten Standorte, die nun dicht gemacht wurden, waren Standorte des von Getir übernommenen Dienstes Gorillas.

Warum Handel & Marketing?

Zunehmende Bedeutung von Data Analytics

"What abilities make a data scientist successful? Think of him or her as a hybrid of data hacker, analyst, communicator, and trusted adviser. The combination is extremely powerful—and rare."

October 2012 issue of the Harvard Business Review

"I keep saying the sexy job in the next ten years will be statisticians. People think I'm joking, but who would've guessed that computer engineers would've been the sexy job of the 1990s?"

Hal Varian (chief economist at Google Inc.) in 2009



Data Scientist: The Sexiest Job of the 21st Century

Meet the people who can coax treasure out of messy, unstructured data.
by Thomas H. Davenport
and D.J. Patil

When Jonathan Goldman arrived for work in June 2006 at LinkedIn, the business networking site, the place still felt like a start-up. The company had just under 8 million accounts, and the number was growing quickly as existing members invited their friends and colleagues to site. But users weren't seeking out connections with the people who were already on the site at the rate executives had expected. Something was apparently missing in the social experience. As one LinkedIn manager put it, "It was like arriving at a conference reception and realizing you don't know anyone. So you just stand in the corner sipping your drink...and you probably leave early."

96 Harvard Business Review October 2012

Warum Handel & Marketing? Paradigmenwechsel im Marketing

THE INTERNET IN **2023** EVERY MINUTE



Created by: eDiscovery Today & LTMG

*"Our success at **Amazon** is a function of how many experiments we do per year, per month, per week, per day."*
— **Jeff Bezos**

*"At any given point in time, there isn't just one version of **Facebook** running, there are probably 10,000."*
— **Marc Zuckerberg**

Warum Handel & Marketing?

Veränderte Anforderungen an Marketing Manager

Marketers to prioritize ability to pivot in new hires

Thinking about future marketing talent needs, what skills would you now prioritize?

Ranking	Prioritized Skills	Top Sector	Top Industry
1	Ability to pivot as new priorities emerge (mean rank = 3.1, % #1 rank = 20.7%)	B2B Product (3.1)	Communications / Media (1.9)
2	Creativity and innovation skills (mean rank = 3.4, % #1 rank = 21.6%)	B2B Services (2.9)	Real Estate (2.6)
3	Navigating ambiguity (mean rank = 4.3, % #1 rank = 8.9%)	B2B Product (4.2)	Education (2.0)
4	Emotional intelligence (mean rank = 4.4, % #1 rank = 6.6%)	B2C Product (4.1)	Education (3.0)
5	Curiosity (mean rank = 4.4, % #1 rank = 12.2%)	B2C Product (4.2)	Professional Services (3.9)
6	Natural leadership abilities (mean rank = 4.8, % #1 rank = 9.9%)	B2C Services (4.3)	Education (2.0)
7	MarTech platform experience (mean rank = 4.8, % #1 rank = 11.3%)	B2B Services (3.6)	Education (1.0)
8	Data science background (mean rank = 5.3, % #1 rank = 7%)	B2C Services (4.4)	Mining / Construction (1.0)
9	Financial acumen (mean rank = 5.8, % #1 rank = 1.9%)	B2C Services (5.2)	Consumer Services (4.2)

Fall 2023

73

https://cmosurvey.org/wp-content/uploads/2023/09/The_CMO_Survey-Highlights_and_Insights_Report-Fall_2023.pdf

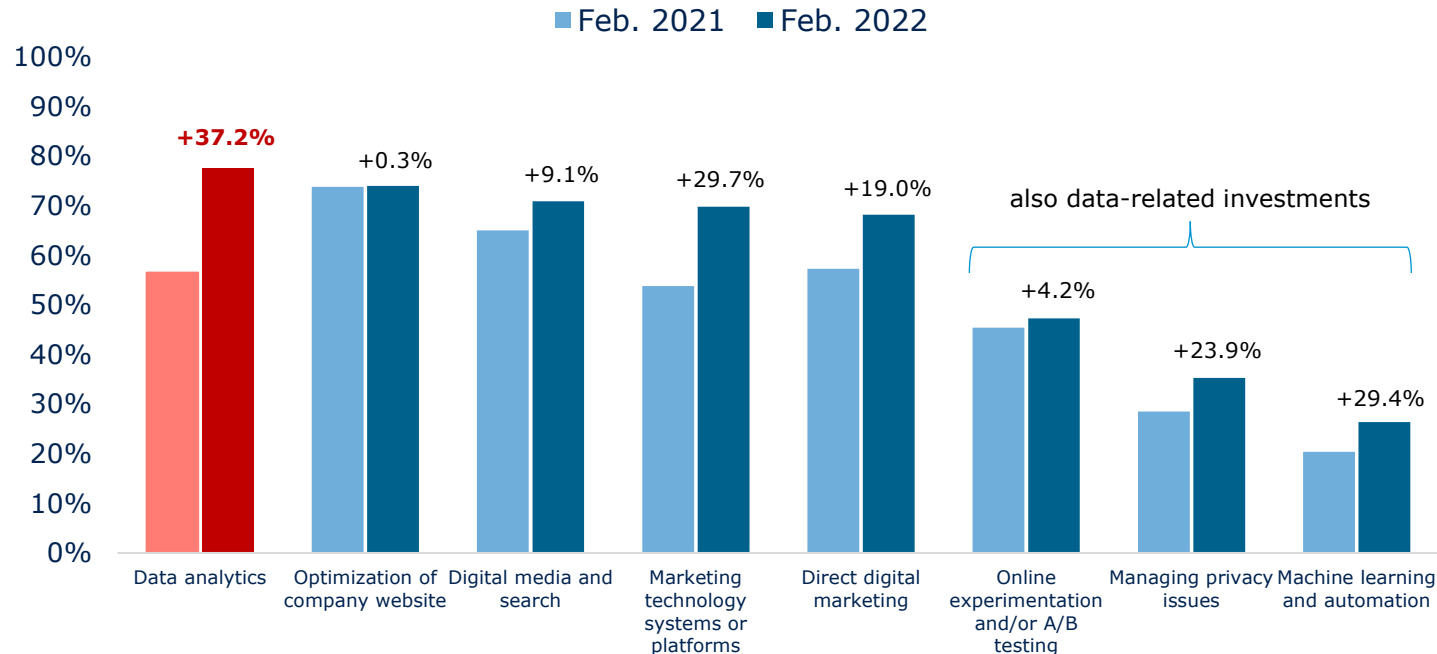


Warum Handel & Marketing?

Steigende Investitionen in Marketing Analytics

What investments did your company make to improve the performance of your digital marketing activities over the last year?

(320 senior marketers around the world (2022))



Warum Handel & Marketing? Herausforderungen = Ihre Chance!

The image shows a screenshot of a Harvard Business Review article. The title is "Why Marketing Analytics Hasn't Lived Up to Its Promise" by Carl F. Mela and Christine Moorman, dated May 30, 2018. The article features a background of a data table with several large, semi-transparent colored circles (yellow, red, blue) overlaid on it. At the top of the article, there are navigation icons for Summary, Save, Share, Comment, Text Size, Print, and a price of \$9.95 for 500 copies.

"The CMO Survey also found that only 1.9% of marketing leaders reported that their companies have the right talent to leverage marketing analytics." (...)

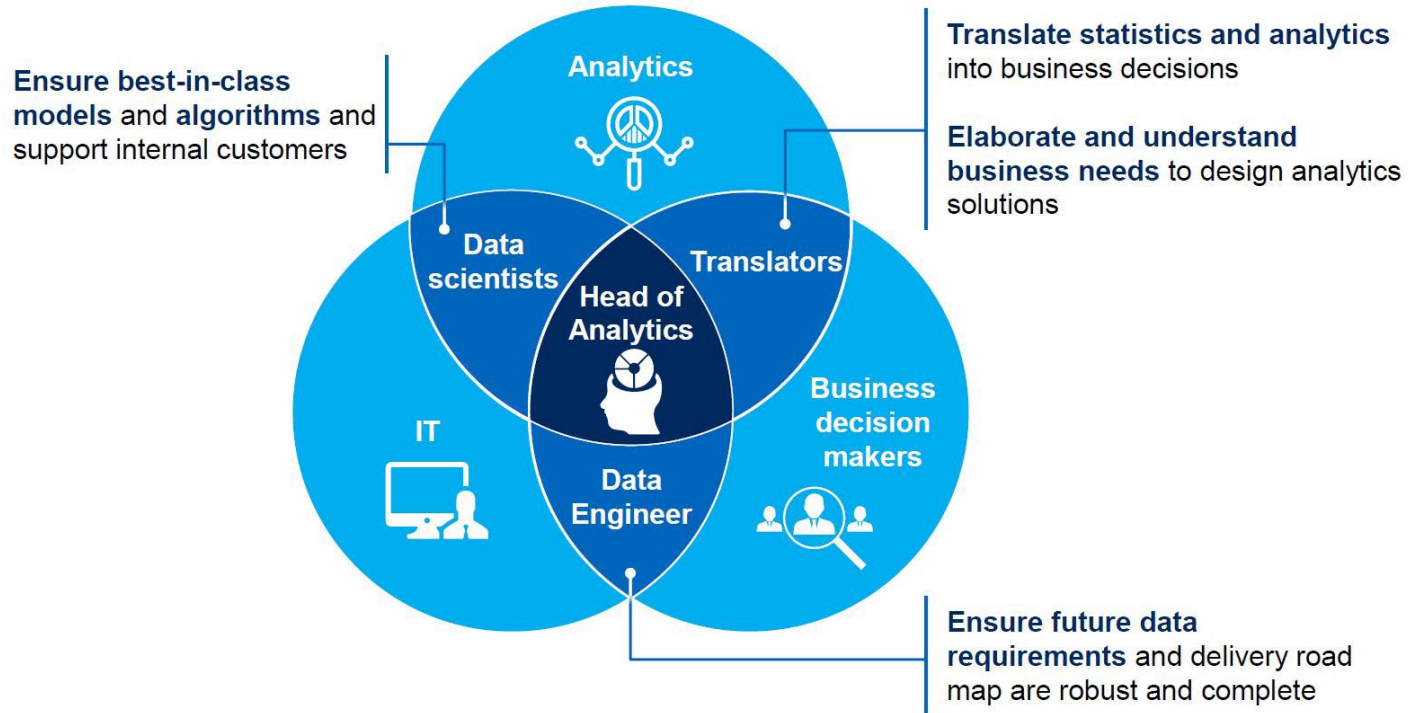
"Good data analysts, like good data, are hard to find."



- 1) Data Challenge
- 2) Data Analyst Challenge

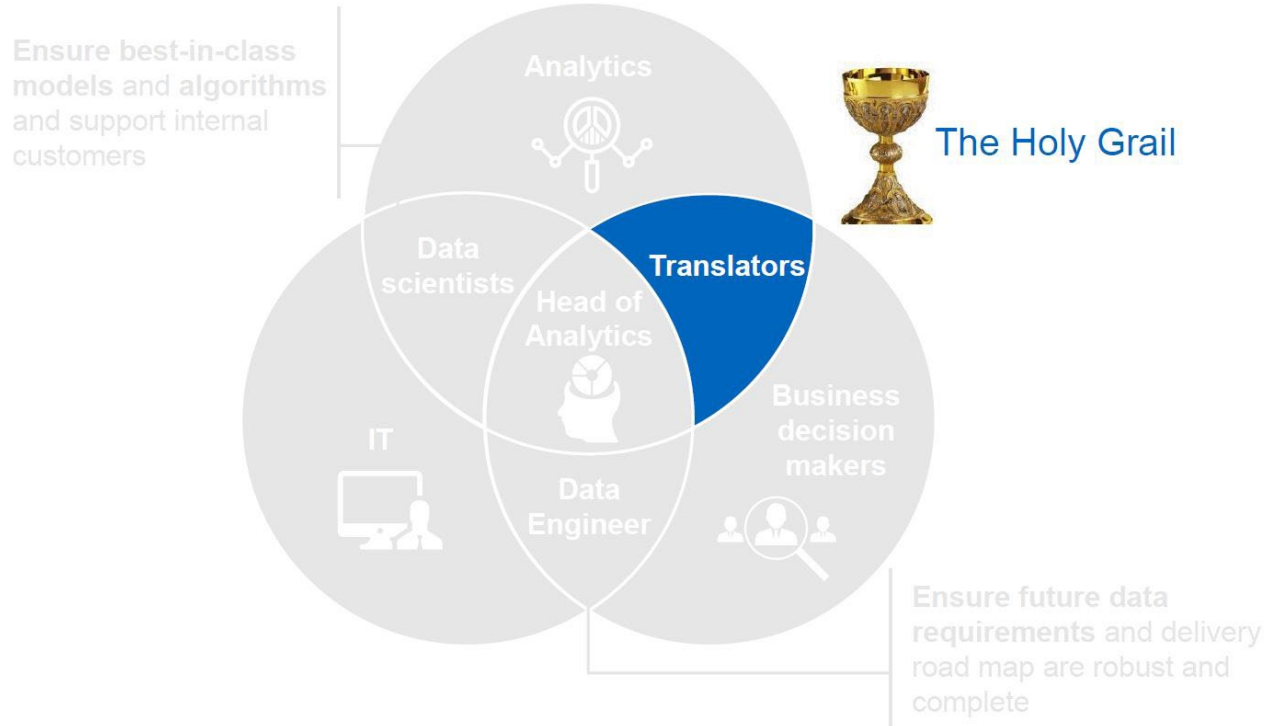
Warum Handel & Marketing?

Job-Profil im Bereich Data Science

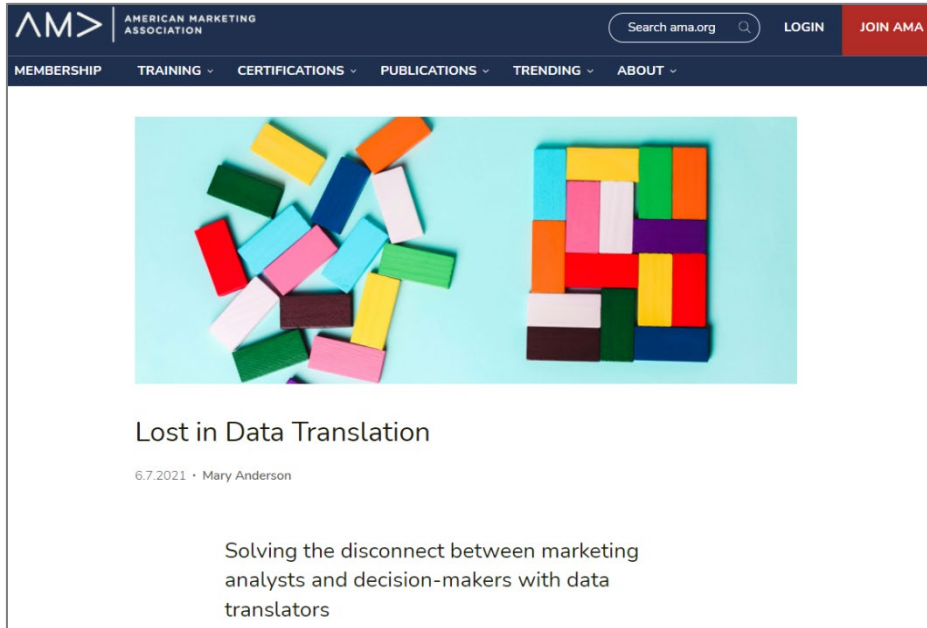


Warum Handel & Marketing?

Ihre Chance – Retail Data Expert




Warum Handel & Marketing? Ihre Chance – Retail Data Expert



AM> AMERICAN MARKETING ASSOCIATION

Search ama.org LOGIN JOIN AMA

MEMBERSHIP TRAINING CERTIFICATIONS PUBLICATIONS TRENDING ABOUT



Lost in Data Translation

6.7.2021 • Mary Anderson

Solving the disconnect between marketing analysts and decision-makers with data translators

“Companies need someone in the organization to perform the role of a data translator, an individual who possesses specific skills to bridge the gap between the technical and marketing strategy worlds. However, such individuals can be difficult to find.”

https://www.ama.org/marketing-news/lost-in-data-translation/?utm_medium=email&utm_source=rasa_io&PostID=32140375&MessageRunDetailID=5526927276

SBWL Handel & Marketing

Inhaltliche Schwerpunkte

- Verbindung von Handelsthemen mit dem Thema Data Science
- Data Science aus einer Management-Perspektive ('data savviness')
- Keine rein analytische SBWL (auch ohne Programmierkenntnisse zu absolvieren)
- Zusätzliches Angebot für technisch-analytisch Interessierte
- Praxisorientierung (z.B. Consulting Projekt, Praxisdialog)



Unser Ziel ist es, unseren Studierenden ein praxisorientiertes Lehrprogramm auf höchstem Niveau zu bieten, um sie optimal auf die Marketing- und Managementtherausforderungen in einer zunehmend digitalisierten Handelslandschaft vorzubereiten.

Management Fähigkeiten

- Digitale Versiertheit
- Kommunikationsfähigkeiten
- Führungskompetenz
- Kritisches Denken
- Teamwork

Intellektuelle Fähigkeiten

- Analytische Kompetenzen
- Exzellenz bzgl. Theorien
- Wissenstransfer

Fachwissen

- Handelsbezogene Themen
- Data Science

SBWL Handel & Marketing

SBWL-Struktur

Kurs I: Retail Marketing Management

Kurs II: Retail Marketing Analytics

Wahlfächer

- Retail Marketing Consulting Projekt
- E-Commerce Mmt. & Strategie
- Konsumentenverhalten
- Marketing & sales for the future
- Social Media Analytics
- E-Business
- Data-based storytelling
- Data Science Project

Ergänzungsfächer

- Praxisdialog
- Grundlagen
Wissenschaftlichen
Arbeitens

Mögl. Anrechnung eines Kurses

Bachelorarbeit

Kurse III-V:
Mix & Match

SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Retail Marketing Management

- Theoretische Grundlagen des Handelsmarketing
- Trends im österreichischen und internationalen Handel
- Zentrale Kennzahlen, Fakten und Datenquellen
- Konfliktfelder Handel - Industrie - Konsument
- Seminararbeit zu aktuellen Handelsthemen

Beispiele:

Omnichannel Retailing



Innovationen im Handel



Nachhaltigkeit



SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Retail Marketing Consulting Projekt

- Anwendung von Retail-Knowhow in Kooperation mit einem Praxispartner
- Generieren von empirischen Marketing Insights
- Desk Research, Datensammlung, Analyse und Interpretation
- Präsentation der Erkenntnisse und Managementempfehlungen vor dem Auftraggeber



„The customer determines what a business is what it produces and whether it will prosper.“
(Peter Drucker)

- Vermittlung psychologischer und soziologischer Grundlagen des Verhaltens als Ausgangsbasis für strategische Entscheidungen in Marketing und Handel.
- Präsentation und Diskussion von aktuellen Praxisbeispielen

Eye-Tracking



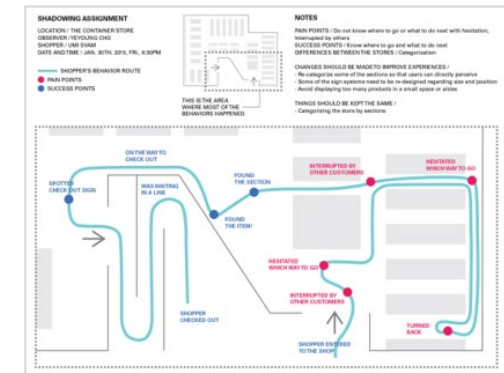
Quelle: Tobii

Messung der Aktivierung am POS



Quelle: Kroeber-Riel

Analyse des Kundenlaufs



Quelle: UMI

SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Marketing & Sales for the Future

- Erwerb eines psychologischen Fundaments für Marketing & Sales
- Vermittlung von spezifischen Marketingtechniken wie u.a.:
 - Short vs. Long
 - Storytelling (inkl. Archetypen nach C.G. Jung)
 - Content-Strategien
- Vermittlung von spezifischen Sales-Techniken wie u.a.:
 - Verkaufsgespräche
 - Elevator Pitch
 - Sales Management



- Leitfrage: Wie können Online- und Offline Kanäle durch neue Innovationen integriert werden, um Einkaufserlebnisse noch attraktiver zu gestalten?
- Fokus: Je Semester auf einer spezifischen Branche, anhand derer aktuelle Trends und Herausforderungen im E-Commerce Management beleuchtet werden.
- Lehransatz: Case-Study-Method basiert; Studierende schlüpfen in die Rolle von Entscheidungsträgern und erlernen theoretische Konzepte spielerisch anhand praktischer Case-Studies und im Rahmen eines Praxisprojekts.

Schwerpunktthema im WS 2022:

Omni-Channel Strategien in der heiß umkämpften Food Delivery Branche

Lernen mit Fallstudien



Theorien und Konzepte

- Omni-Channel Mgmt
- New Retail Strategy
- Long tail & last mile
- Customer experience
- Attribution modelling
- Data-driven innovation
- ...

Anwendung von Wissen in Praxisprojekt

Praxispartner
SS22



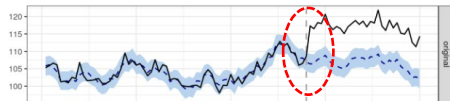
SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Retail Marketing Analytics

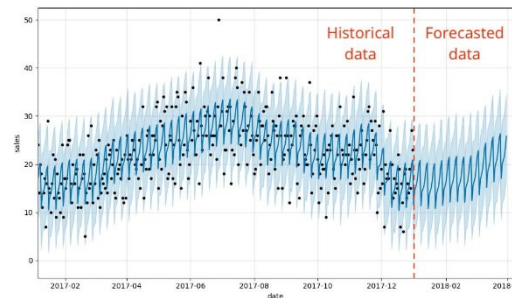
- Data Science aus einer Management-Perspektive
- Wie können Managementrelevante Erkenntnisse aus Daten abgeleitet werden?
- Was sind relevante Fragestellungen?
- Welche Methode passt zu welcher Fragestellung?
- Wie interpretiere (übersetzte) ich die Ergebnisse?
- Beispiele:



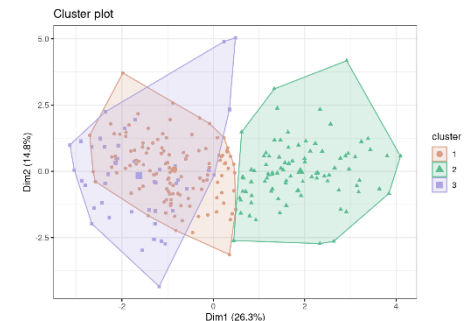
- Erklären von Zusammenhängen
- Z.B.: Welchen Einfluss hat eine Influencer-Kampagne auf die Nachfrage?



- Prognose von zukünftigen Entwicklungen
- Z.B. Welches Produkt wird der nächste Bestseller?



- Beschreiben von Zusammenhängen
- Welche Konsument:innen/Produkte sind ähnlich?



- Managemententscheidungen im E-Commerce & Social media Kontext datenbasiert vorbereiten
 - Passende Geschäftsmodelle im E-Commerce identifizieren
 - Passende Produkte automatisiert vorschlagen (Recommender Systems)
 - Den Einfluss von Online Produkt Reviews bestimmen
 - Strategien im Umgang mit „Shitstorms“ bzw. „Cancel Culture“ finden
- Beispiel: Social Listening (Tracking der Emotionalität von Social Media Texten)



SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Data-based storytelling

- Die richtigen Tools um datenbasiert zu Kommunizieren und "Aha"-Erlebnisse mit Daten hervorzurufen
- z.B. Welche Geschäftszweige funktionieren besonders gut?
- Vorbereitung auf das "Data Science Lab" in dem das Gelernte mit Industriepartnern in die Praxis umgesetzt wird
- Beispiel: Spotify Playlist Journeys

DATA



SORTED



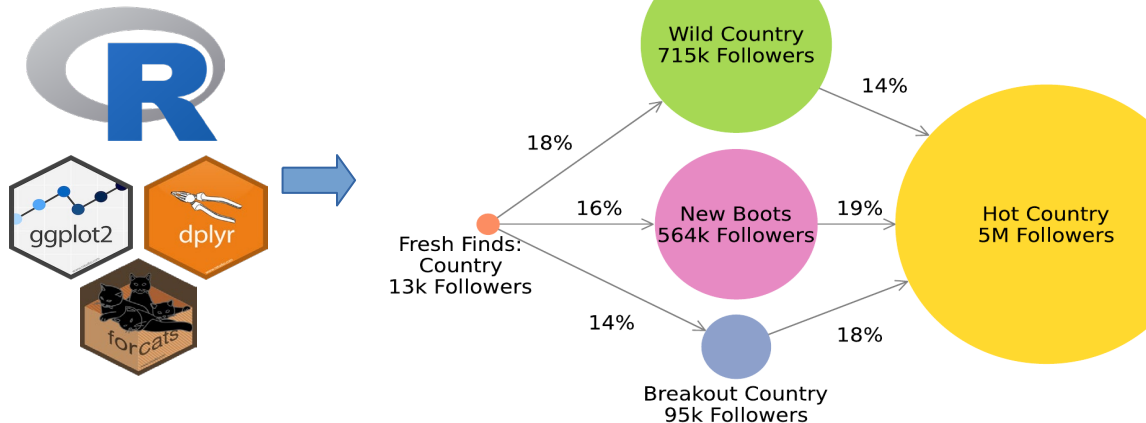
ARRANGED



PRESENTED VISUALLY



EXPLAINED WITH A STORY



SBWL Handel & Marketing

Lehrinhalte: Praxisdialog

- Das Institut für Retailing und Data Science lädt renommierte Expert:innen aus der Praxis an die WU ein.
- Studierende erhalten einen realistischen Einblick in aktuelle Entwicklungen und Herausforderungen für das Management.

Praxisdialog

Handel & Marketing im WS 2023/2024

Nils Wlömert, Cordula Cerha



Andreas Nentwich – Geschäftsführer Maresi

„Werbeschmähe des Monats“ – Marken im Spannungsfeld zwischen Teuerung und Pressure Groups“

11. Oktober 2023, 16:00 – 18:00; TC.2.02



Teresa Mischek-Moritz – Geschäftsführerin ECR Austria

„ECR – Eine Kooperationsidee mit Geschichte & Zukunft“

18. Oktober 2023, 16.00 – 18.00; TC.2.01



Thomas Fiala – Associate Senior Partner OxfordSM

„Preis- und Konditionsmanagement als Erfolgsfaktor für profitables Wachstum in der Konsumgüterindustrie“

8. November 2023, 16:00 – 18:00, TC.2.02



Susanne Vockenhuber – Store Director Louis Vuitton Wien

„Client Experience at Louis Vuitton – how to navigate the blessing and the curse of being the #1 in luxury“

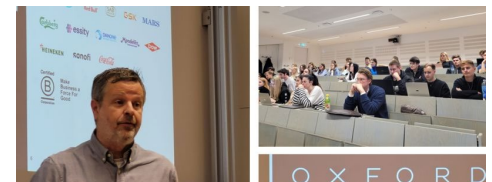
22. November 2023, 16:00 – 18:00; TC.2.02



Paul Douay – Director of Operations Österreich & Deutschland Unibail-Rodamco-Westfield

„Positionierung von Shopping Malls in Zeiten des Phygital Retail“

29. November 2023, 16:00 – 18:00; TC.2.02



Bachelorarbeit

Im Rahmen aller angebotenen Kurse können Bachelorarbeiten am Institut für Handel und Marketing (H&M) verfasst werden:

Voraussetzungen	+
Themenwahl und Umfang	+
Beurteilung und Betreuung	+
Abgabe und Beurteilung	+
Informations- und Bewerbungsunterlagen für eine Bachelorarbeit	+
Freie Themen	+
Bachelorarbeiten in Bearbeitung	+
Abgeschlossene Bachelorarbeiten	-

Beispiele abgeschlossener Arbeiten

- Der Einfluss des Influencer Marketings auf den Produkterfolg - Eine empirische Analyse der Fashion-Industrie (Kugler Daniela) Betreut von Nils Wlömert
- Soziale Interaktionen im stationären Handel in Zeiten von COVID-19. (Anna-Christina Springsits) Betreut von Cordula Cerha
- Lockdown Marketing -The Effectiveness of Artists' promotional activities during a global pandemic. (Lukas Schwendenwein) Betreut von Daniel Winkler und Nils Wlömert
- Brand Purpose" in der FMCG Branche - Auswirkung auf Verhaltensabsichten und Kaufverhalten von KonsumentInnen. (Vanessa Kowald) Betreut von Cordula Cerha
- Teaching a machine to manage playlists. (Yujiao Li) Betreut von Nils Wlömert, Christian Hotz-Behofsits
- Analyse der Auswirkungen von Lockdowns auf das Nutzungsverhalten von Musikstreaming. (Julia Hübner) Betreut von Nils Wlömert, Christian Hotz-Behofsits
- Clickbait – What drives the success of social media posts? (Jakob Hoffmann) Betreut von Nils Wlömert
- Die Konsequenzen staatlicher Ausgangsbeschränkung während der COVID-19-Pandemie auf das Musikhörverhalten - eine Analyse der kausalen Auswirkungen. (Kathrin Heidenhofer) Betreut von Nils Wlömert
- Künstliche Intelligenz im Marketing: Der Einfluss von Empfehlungssystemen auf das Markenerlebnis in der Musik-Streaming Industrie. (Valentina Janderka) Betreut von Fabian Nindl

- **Step 1:** Anmeldung über LPIS zum Kurs 855 „Einstieg in die SBWL: Handel und Marketing“ (Yudaeva, Daria)
→ **28.8.2024 – 01.09.2024**
- **Step 2:** Onlineprüfung am **Mo., 02.09.2024**, 09:00 – 10:30 Uhr
 - Prüfungsliteratur unter <https://www.wu.ac.at/retail/study/bachelor/aufnahme-in-die-sbwl>
Beurteilung bis spätestens **16.09.2024**
 - Die 45 besten Studierenden werden in die SBWL aufgenommen
- **Step 3:** Anmeldung für die Kurse I und II
→ **19.09.2024 - 22.09.2024**

SBWL Handel & Marketing

Sinnvolle Kombinationen mit anderen SBWLs

- **Service & Digital Marketing**
<https://www.wu.ac.at/en/imsm/teaching/sbwl-service-digital-marketing/ablauf-der-sbwl-service-und-digital-marketing>
- **Data Science**
<https://www.wu.ac.at/en/dpkm/teaching/sbwl-data-science>
- **Supply Networks and Services**
<https://www.wu.ac.at/itl/lehre/bachelor/sbwl/sbwl-supply-networks-and-services>
- **Transportwirtschaft und Logistik**
<https://www.wu.ac.at/itl/lehre/bachelor/sbwl/sbwl/>
- **Entrepreneurship & Innovation**
<https://www.wu.ac.at/entrep/lehre/bachelor/>

Vielen Dank!



VIENNA UNIVERSITY OF
ECONOMICS AND BUSINESS

Institut für Retailing & Data Science

Department für Marketing
Gebäude D2, Eingang A, 1. Stock
Welthandelsplatz 1, 1020 Vienna, Austria

T +43-1-313 36-4622

rds@wu.ac.at

www.wu.ac.at/retail

r<<ds

Institut für Retailing
und Data Science

weitere Infos:

www.wu.ac.at/retail

oder Anfrage an:

rds@wu.ac.at