

# Bachelorarbeit

## Eine Übersicht über Vorhersageprobleme im Onlinehandel und wie diese gelöst werden

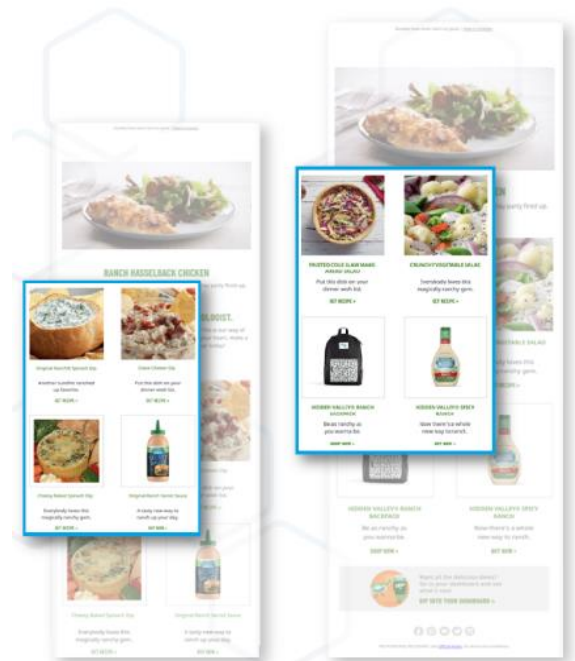


### Ausgangslage

Unsere Welt wird immer digitaler. Schon heute wird über den Onlinehandel mehr abgesetzt als im lokalen Einzelhandel. Beim Onlineshopping kommen viele Daten zusammen, die es erlauben den Kunden ein personalisiertes Käuferlebnis zu bieten. Auf der anderen Seite kommen dadurch auch viele neue Herausforderungen auf, die gelöst werden müssen.

### Problemstellung

Jeder Kunde verhält sich anders. Für Unternehmen ist es wichtig zu wissen wie sich Kunden in Zukunft verhalten werden um basierend darauf Marketingstrategien zu entwickeln. Dabei gibt es verschiedene Ansätze und verschiedene Vorhersageprobleme die gelöst werden können. Beispiele sind Produktempfehlung, die Vorhersage der Kaufintention des Kunden oder ob dieser wiederkehrt. Für ein weiteres Vorgehen und Entwicklung neuer Forschungsansätze ist es Notwendig ein Überblick über solche Repräsentation dieser Art zu haben.



### Vorgehensweise und Erwartete Ergebnisse

Ziel dieser Arbeit ist es ein Überblick über Kunden Modellierungsansätze im Onlinehandel zu bekommen. Hierfür wird eine ausführliche Literaturrecherche benötigt. Mit einer Strukturierter Suche in einschlägigen Wissenschaftssuchmaschinen soll ein Corpus and Arbeiten existierender Ansätze erstellt und in eine kategorische Übersicht eingeordnet werden. Außerdem sollen Forschungslücken identifiziert und diskutiert werden. Letztendlich wird das Vorgehen bei der Recherche und die Erkenntnisse verschriftlich und bei einem Vortrag präsentiert.

# Bachelor thesis

## An Overview of E-Commerce Forecasting Tasks and How They are Solved

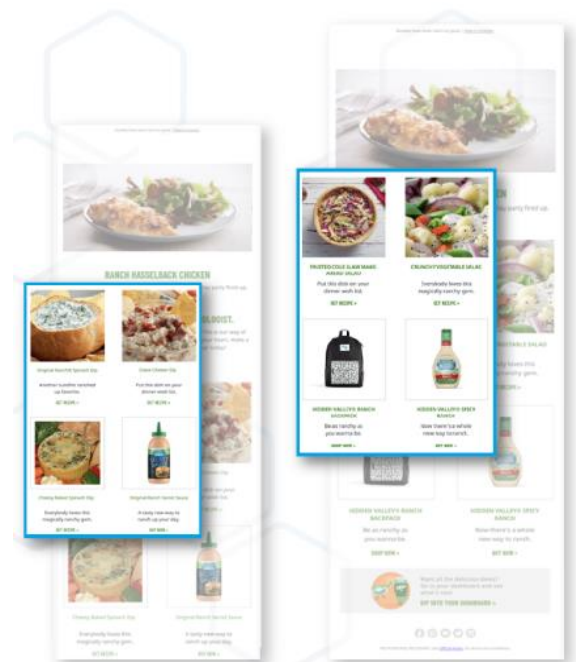


### Initial Situation

Online trade is booming! Nowadays, online sales exceed local store sales. Furthermore, this comes with new data-driven possibilities to give customers personalized shopping experiences. On the other hand, new challenges arise that need to be solved.

### Problem Definition

Typically, each customer behaves differently. To provide them with the best user experience, companies need to know their customers' intentions, to tailor appropriate and personalized marketing campaigns. In the literature different approaches to forecasting customer behavior exist. For example, product recommendation, purchase intention prediction, or customer retention. For further research, it is important to have an overview of different e-commerce tasks and how to solve them.



### Procedure and Expected Results

The goal of this thesis is to provide an overview of existing forecasting tasks in e-commerce. First, extensive literature research needs to be conducted by using scientific search engines which also includes the search for similar review literature and the justification of additional work in this area. Based on the found literature a categorial overview of the methods should be created. Furthermore, research gaps should be determined and discussed. Finally, all outcomes are written down into the thesis. The thesis is concluded with a scientific colloquium that should present the approach and the outcomes.

### Contact Person

Miguel Alves Gomes | E-Mail: [alvesgomes@uni-wuppertal.de](mailto:alvesgomes@uni-wuppertal.de)