

<b>1</b>	<b>Einführung: Wieso sich Marketing und Vertrieb bis zum Jahr 2030 drastisch wandeln .....</b>	1
	Literatur .....	4
<b>Teil I Proaktive Impulse: Neueste Trends und die relevanten Maßnahmen für Sie</b>		
<b>2</b>	<b>Internet of THINK (IoTK) und Avatare treiben die Automatisierung von Marketing und Vertrieb .....</b>	7
2.1	Was Avatare von Chatbots gelernt haben .....	8
2.2	Emotionalisierung der Digitalisierung erobert das Herz der Zielgruppe .....	11
	Literatur .....	16
<b>3</b>	<b>Der MarTech-Dschungel – dieser Einblick sorgt für zukünftigen Durchblick bei B2B und B2C .....</b>	17
3.1	Wie geänderte Kundengewohnheiten massiv den MarTech-Dschungel lichten .....	19
3.2	Veränderungen in Marketing und Vertrieb in 5 Jahren radikaler als in den letzten 25 .....	22
	Literatur .....	25
<b>4</b>	<b>Die Situative Content-Marketing-Strategie (SCMS) schafft Relevanz für Marketing und Vertrieb .....</b>	27
4.1	Positionierung im Wandel – Zielgruppen orientieren sich neu .....	29

4.2	Warum Situatives-Content-Marketing (SCM) immer wichtiger für Marke und Unternehmen wird .....	34
4.3	Die Situative-Content-Marketing-Strategie: Zielgerichtet in die Zukunft .....	37
	Literatur .....	40
<b>5</b>	<b>Sales Leadership im drastischen Wandel .....</b>	<b>43</b>
5.1	Aus der Not wurde eine Tugend – zwei Jahre Pandemie puschten den Vertrieb .....	44
5.2	Neue Sales-Leaderships-Trends .....	47
5.3	Top 10 Stellhebel und Impulse zur Professionalisierung von Sales-Leadership .....	51
	Literatur .....	54
<b>6</b>	<b>Erfolgstrio: Marketing + Vertrieb + CDO (Chief Digital Officer) schaffen Relevanz .....</b>	<b>55</b>
6.1	Neue Herausforderungen und Aufgaben für Marketing, Vertrieb und den CDO .....	56
6.2	New Work Masterclass – höchste Effizienz für Unternehmen, Marketing und Vertrieb .....	61
6.3	10 Erfolgsgeheimnisse für die New Work Masterclass aus Marketing, Vertrieb und dem CDO .....	62
	Literatur .....	69
<b>7</b>	<b>Data Governance – neue Spielregeln für Daten, Künstliche Intelligenz und Ethik .....</b>	<b>71</b>
7.1	Data Steward – gezielt Relevanz und Sicherheit im Data-Dschungel von Vertrieb und Marketing schaffen .....	72
7.2	Neue Plattformen sorgen für hohe Datenqualität, Leads und Umsatz .....	78
	Literatur .....	80
<b>8</b>	<b>Big Data – Schatz für Sales und Marketing im digitalen Wandel .....</b>	<b>81</b>
8.1	Big Data & Metadaten – Daten, aus dem die Träume sind ...	82
8.2	Wie neue Technologien alte Probleme anpacken und Zukunftslösungen schaffen .....	88
	Literatur .....	97

<b>9</b>	<b>Neue Data-Trends sorgen für den „Next Level“ beim Marketing- und Vertriebserfolg .....</b>	99
9.1	Big Data – aus unstrukturierten Daten wertvolles Wissen gewinnen: Predictive Analytics ist der King .....	100
9.2	Blockchain-Technologie: Erfolgsgarant für Marketing und Vertrieb – viel mehr als nur Kryptowährungen .....	104
9.3	Cloud Computing: Ortsunabhängigkeit für höchste Effizienz .....	109
9.4	Cognitive Computing: Neue Dimension Künstlicher Intelligenz (KI) .....	110
	Literatur .....	115
<b>10</b>	<b>Digitalisierungstrends verändern stark die Automatisierung in Marketing und Vertrieb .....</b>	117
10.1	10.000 Chancen heute – für die Welt von morgen nutzen ....	118
10.2	Technologie-Trends mit massiven Auswirkungen auf die Automatisierung von Marketing und Vertrieb .....	124
	Literatur .....	130
<b>11</b>	<b>Die Zukunft von Marketing und Vertrieb: Drei Kernbereiche sichern den Erfolg .....</b>	131
11.1	Social Media: Alte Kanäle im Wandel und das neue wilde Social Media .....	133
11.2	Social Media Klassiker Facebook verliert verstärkt sein jüngeres Publikum – bleibt jedoch wichtig .....	138
11.3	Neue B2B-Social-Media Tops & Flops – so geht's .....	142
	Literatur .....	150
<b>12</b>	<b>LinkedIn das unverzichtbare B2B-Social-Media-Netzwerk: Praxistipps &amp; Tricks .....</b>	151
	Literatur .....	163
<b>Teil II Weitere Impulse und Trends und wie Sie sich jetzt vorbereiten können</b>		
<b>13</b>	<b>Neue Medientrends für Vertrieb und Marketing: Chancen und Gefahren – so klappt's .....</b>	167
13.1	Vier Trends führen zum Umbruch der Medienformate und verändern das Verhalten der Zielgruppe stark .....	169
13.2	Weniger ist mehr – kurzer und vergänglicher Content punktet .....	176

13.3	Trend „Be Real“ – Authentizität schlägt Hochglanz-Content, BeReal App startet voll durch .....	179
	Literatur .....	182
<b>14</b>	<b>Drastischer Umbruch im Informationsverhalten bei B2B und B2C: Lesen, Hören, Sehen .....</b>	<b>183</b>
14.1	Lesen: Vom Werbetext zur Multi-Channel-Botschaft – Auswirkungen und Handlungsempfehlungen .....	184
14.2	Hören: Goldenes Podcast Zeitalter – Analyse der aktuellen Trends und Zukunftsaussichten .....	187
14.3	Sehen: Warum ein Video mehr als tausend Bilder sagt – neue Erkenntnisse sichern den Erfolg .....	192
14.4	Fazit: Wandel von Lesen, Hören, Sehen ist elementar wichtig für jede zukünftige Kommunikations-Strategie .....	198
	Literatur .....	199
<b>15</b>	<b>Die neue Generation der Influencer: vom Nano-Influencer bis hin zum virtuellen Avatar .....</b>	<b>201</b>
15.1	Klassische Influencer schaffen mit menschlicher Emotionalität Vertrauen und Authentizität .....	202
15.2	Sind Virtuelle-Influencer die Zukunft? .....	204
	Literatur .....	210
<b>16</b>	<b>No Limit – MarTech startet durch wie nie: KI, Web3, AR/VR, ... jetzt handeln! .....</b>	<b>211</b>
16.1	2023 ein chaotisches, aber wachstumsstarkes Jahr für MarTech mit revolutionären Folgen .....	212
16.2	4 neue Technologie-Trends sichern den Erfolg für Ihre zukünftige Marketing- und Vertriebs-Strategie .....	215
	Literatur .....	226
<b>17</b>	<b>Mehr Dialog, mehr Leads, mehr Umsatz – was Marketing und Vertrieb jetzt tun kann .....</b>	<b>227</b>
17.1	Die Zukunft ist schon da: Virtuelle-Influencer, Chatbots & neue Technologien im Praxiseinsatz .....	228
17.2	1 000 % mehr Leads? Wie geht denn das? Praxisbeispiel eines Mittelständlers .....	237
	Literatur .....	245

<b>18</b>	<b>Zusammenfassung: Neue Ära für Marketing und Vertrieb jetzt umsetzen .....</b>	<b>247</b>
<b>19</b>	<b>Ausblick: Neue Ära für Marketing und Vertrieb – die Zukunft kennen und jetzt proaktiv handeln .....</b>	<b>261</b>
19.1	Super-Apps – eine super Sache mit Zukunft! .....	<b>262</b>
19.2	User-Generated-Content – Authentizität schafft Erfolg .....	<b>265</b>
19.3	Neue Nutzenformel sichert Unternehmenserfolg .....	<b>268</b>
19.4	Was Sie aus diesem Buch mitnehmen können .....	<b>276</b>
	Literatur .....	<b>278</b>
	<b>Stichwortverzeichnis .....</b>	<b>279</b>