

Inhaltsverzeichnis

Vorwort von Chris Do	13
Eine Dekade Marketingexpertise: die Geburt des Avatar Hacking®	17
1 Das ist Avatar Hacking®	29
1.1 Neue Anforderungen an modernes Marketing	34
1.1.1 »Just Do It« – ein Glücksgriff in der Marketinggeschichte	34
1.1.2 Überwältigende Datenfluten – Daten sammeln ist das eine, sie auswerten etwas anderes!	36
1.2 Akuter Handlungsbedarf	39
1.2.1 Personas – ein kurzer Blick in die Vergangenheit	40
1.2.2 Old School Marketing – starr wie ein gefrorener Wasserfall	47
1.2.3 Zurück in die Gegenwart – so funktionieren Algorithmen	48
1.2.4 Personas Are Dead – The Algorithm Killed Them	52
1.2.5 Was König Charles III. und Ozzy Osbourne verbindet	54
1.2.6 Deshalb sind Persona-Workshops rausgeworfenes Geld	58
1.2.7 Ein letzter Abschied	61
1.3 Im Fokus – der Avatar als Upgrade deiner Zielgruppe	63
1.4 Agile Marketing	68
1.4.1 Agile Work – was, wofür und wie?	68
1.4.2 Kommunikation – das A&O	73
1.4.3 Die Praxis – so wird dein Marketing agil	74
1.4.4 Scrum – die Basis für einen agilen Marketingprozess	76
2 Zirkulärer Marketingprozess – die 3 Cs	81
3 Concept	87
3.1 Datenanalyse: sammeln – aggregieren – auswerten	87
3.1.1 Interne Daten – First Party Data	87
3.1.2 Externe Daten – Third Party Data	90
3.2 Zielgruppenanalyse	96
3.3 Arbeit mit Daten – Gastbeitrag von Lucas Obstfeld	100
3.4 Daten nutzbar machen – Business Model Canvas und Value Proposition Canvas	103
3.4.1 Business Model Canvas (Avatar-Verständnis)	104
3.4.2 Value Proposition Canvas (Avatar Elements)	107
4 Creation	127
4.1 Transfer der Avatar Elements	133
4.2 Design&Copy	137

4.3	Storytelling Angles	145
4.3.1	Hook-Story-Offer – deine Waffe im Kampf um 1,4 Sekunden Aufmerksamkeit ...	146
4.3.2	Heldenreise: Empowerment statt pushy Sales	148
4.3.3	Love Letter	150
5	Commerce	153
5.1	Distribution	153
5.2	Auswertung&Dokumentation	158
5.2.1	Paid Media – Auswertung, Dokumentation&Iteration	159
5.2.2	Organic Media – Auswertung, Dokumentation&Iteration	168
5.3	Iteration – zurück ans Reisbrett: Creation oder Concept	174
6	Avatar Hacking® in der Praxis	177
6.1	So bindest du das Avatar Hacking® in deinen Arbeitsalltag ein	177
6.2	Tools&Prozesse	178
6.3	Avatar Hacking® als Kommunikationsschnittstelle für Design und Media Buying	188
6.4	Avatar Hacking® als spielerische Learning Journey	190
6.5	Aus der Praxis: E-Commerce	192
6.6	Aus der Praxis: Branding	194
6.6.1	Branding – Gastbeitrag von Teresa Müller, Type Type Hype	197
6.6.2	Employer Branding – Gastbeitrag von Nina Handrup, Capgemini	201
7	Ein Resümee für die Zukunft	209
	Danke	213
	Glossar	217
	Stichwortverzeichnis	227