

INHALT

Einführung	9
Vorwort	11
Kapitel 1: Warum Marketing und Vertrieb zusammenarbeiten müssen.....	13
Kapitel 2: Was Lead Management ist und warum es ganzheitlich sein muss	25
Kapitel 3: Wie Sie mehr aus Ihren Leads machen – Lead Nurturing, Lead Scoring und Lead Routing.....	57
Kapitel 4: Wie Marketing-Automation-Systeme arbeiten.....	85
Kapitel 5: So klappt das mit dem Vertrieb	125
Kapitel 6: Wer Leads generieren will, muss guten Content haben	139
Kapitel 7: Warum und wie Datenschutz und Marketing miteinander vereinbar sind.....	159
Kapitel 8: Nur was sich messen lässt, kann verbessert werden: Closed Loop Reporting und Revenue Performance Management	169

Nachwort	181
Glossar	183
Stichwortverzeichnis	195
Abbildungsverzeichnis	197
Verzeichnis der Gastbeiträge	200