

INHALT

Vorwort	9
Einleitung	13
1 Der Antrieb deiner Sales Rocket	25
1.1 Schnell zum falschen Ziel – keine Strategie, kein Spaß	30
1.2 Geduld ist eine Tugend	35
1.3 Eine Marke ist mehr als nur ein Logo	37
1.4 Definiere deinen Purpose	41
1.5 Zusammenfassung der wichtigsten Learnings	47
2 Ein fremder Planet – wen fliegen wir an?	49
2.1 Roger, ein fremder Planet – aktives Zuhören ist der Schlüssel	50
2.2 Die Macht der Empathie	55
2.3 Aktives Zuhören in Action – das Beispiel Humane World for Animals	57
2.4 Richtig zuhören mit A/B-Tests	66
2.5 Zuhören im 21. Jahrhundert	73
2.6 Wie du deinen Planeten entdeckst	78
2.7 Zusammenfassung der wichtigsten Learnings	85

3 Verbindung herstellen – mit Kommunikation	87
3.1 Möge die Macht der Kommunikation mit dir sein	94
3.2 Kommunikation verbindet Welten	100
3.3 Im Dialog verbunden	105
3.4 Vier gewinnt: die vier Ebenen der Kommunikation	108
3.5 Kurz, aber oho: Headlines – im Kopf in drei Sekunden	114
3.6 Vielseitige Kommunikation für eine bessere Tierwelt	121
3.7 Verstehst du deine Dialoggruppe?	125
3.8 Storytelling – eine übermenschliche Kraft?	127
3.9 Jetzt bist du dran! Starte <i>MESA</i>	142
3.10 Zusammenfassung der wichtigsten Learnings	148
4 Kanäle – in welchem Orbit befindet sich unser Planet?	151
4.1 Omnichannel, Multichannel und Crosschannel im Vergleich	155
4.2 Daten – unsere Milchstraße	162
4.3 Omnichannel implementieren	165
4.4 Maßgeschneiderte Markenerlebnisse im Medienmix: der Schlüssel zur Kundenbindung in der digitalen Ära	170
4.5 Mobile als Brücke zwischen online und offline	171
4.6 Das <i>OPENS-Modell</i> – ein Wegweiser für den modernen Medienmix	174
4.7 Implementierung des <i>OPENS-Modells</i>	179
4.8 Zusammenfassung der wichtigsten Learnings	193

5 Erfolg muss messbar sein	197
5.1 KPIs: unsere Steuerungselemente	201
5.2 Wie funktionieren die KPIs im Live-Betrieb?	203
5.3 Dialog mit dem fremden Planeten führen – mit Daten & Custom Audiences	209
5.4 Darum ist Tracking unerlässlich	212
5.5 Tracking Tools und die Zukunft des datengetriebenen Marketings: serverseitiges Tracking und die Entwicklung zu Cookieless Tracking	219
5.6 Die Implementierung von Tracking-Strategien	221
5.7 Zusammenfassung der wichtigsten Learnings	225
6 Jetzt wird's spitze!	227
6.1 <i>Rocket Funnel</i> Phase 1: Aufmerksamkeit erregen	230
6.2 <i>Rocket Funnel</i> Phase 2: Vertrauen aufbauen	234
6.3 <i>Rocket Funnel</i> Phase 3: jetzt verkaufen	239
6.4 3, 2, 1 – Landung auf dem fremden Planeten	244
6.5 Sternenklar: die vier Bereiche der Raketenspitze	249
6.6 Zusammenfassung der <i>Sales Rocket</i> : Die Spitze ist erreicht	258
Literaturverzeichnis	261
Abbildungsverzeichnis	263