

# Inhaltsverzeichnis

	Vorwort	3
	Executive Summary	4
<b>Kapitel 1</b>	<b>Herausforderungen der Digitalisierung für Marken und Unternehmen</b> Digitalisierung erfordert neue Markenstrategien	6
<b>Kapitel 2</b>	<b>Markenerleben als neue Leitwährung</b> Digitales Markenerleben als große Chance	11
<b>Kapitel 3</b>	<b>Gestaltung und Optimierung des Markenerlebens</b> Zukunft des Marketings – Relevanz und Engagement	15
<b>Kapitel 4</b>	<b>Relevanz von Search und Suchmaschinenmarketing</b> Suchmaschinen als Brücke zwischen Off- und Online	28
<b>Kapitel 5</b>	<b>Key Performance Indicators des Erfolgs</b> Jede Kategorie und Marke braucht eigene Kennzahlen	30
	Handlungsempfehlungen für Markenunternehmen	36
	Die Experten	38