

Inhaltsverzeichnis

Die Autoren	XI
1 Warum Sie die digitale Revolution herausfordert und wieso Sie jetzt handeln müssen!	1
2 Digitaler Darwinismus und die Social Revolution – Welche Grundbedürfnisse des Menschen den Treibstoff der Revolution auf Kundenseite darstellen	43
3 Big-Data und Technologie – Treiber der Informations-Revolution auf Unternehmensseite und Beschleuniger des Zeitalters der Kooperation ..	77
4 Wie die Social Revolution zu managen ist	101
5 Wie Marketing zum ROI-Treiber im Unternehmen wird	131
6 Vertrauen – die neue Währung in Marketing und Management	151
7 Social CRM – die neuen Spielregeln in der Kundenführung	169
8 Warum sich Marketing zum Service entwickelt	209
9 Die Notwendigkeit eines Change-Managements – oder warum unsere tradierten Kommunikations- und Organisationsstrukturen obsolet werden	227
Literatur	269