

# Inhaltsverzeichnis

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