

Inhaltsverzeichnis

Automatisierung im digitalen Marketing <i>Torsten Schwarz</i> 7
Big Context – wie Daten die Kommunikation verändern <i>Franziska von Lewinski</i> 17
Banken, Big Data und Digitalisierungen <i>Evelyn Damiani, Jens Frühling, Michael Tirpitz</i> 29
Von Mensch zu Mensch – es bleibt dabei <i>Christoph Pause</i> 45
Big Data: Der neue Katalysator für Business und andere Intelligenz <i>Gottfried Vossen</i> 51
Ist Marktwirtschaft der beste Datenschutz? <i>Tim Cole</i> 73
Digital Dialog Insights 2014 – Fokus Data Management <i>Harald Eichsteller, Jürgen Seitz</i> 85
Digitale Analysekultur – Realtime, Trends und Optimierungen <i>Timo Aden</i> 99
Lead Management und Marketing Automation im B2B <i>Reinhard Janning</i> 109
Inbound-Marketing: Die Zukunft des Marketings? <i>Olaf Kopp</i> 137
Integrierte Social-Media-Kommunikation <i>Stephanie Wörmann</i> 153
Marketing Automation: Alter Rechtsrahmen – neues Marketing? <i>Jens Eckhardt</i> 167
Warum jedes Unternehmen einen Digital-CEO braucht <i>Harald R. Fortmann</i> 205

Praxisbeispiele

21 Praxisbeispiele von Unternehmen, die es besser machen <i>Torsten Schwarz</i> 212
Dialogmarketing entlang des Kundenlebenszyklus	
Marketing Automation von E-Plus bis Uvex <i>Henrik Salzgeber</i> 218
myphotobook weckt intelligent auf <i>Philip Nowak</i> 220
Wie CarDelMar automatisiert reaktiviert <i>Ulf Richter</i> 222
Effektiver Kundendialog mit Musicalbesuchern <i>Alexander Kull</i> 224
Visionapp nutzt Marketing Automation für Events <i>Reinhard Janning</i> 226
Marketing Automation im Onlineshop	
Küchenhändler macht aus Kaufabbruchern Kunden <i>Nadine Bär</i> 228
Modeshop rettet Umsatz verlorener Warenkörbe <i>Andreas Landgraf</i> 230
BTI optimiert Bestellprozesse für das Bauhandwerk <i>Alexandra Bäuerle</i> 232
Kundendialog und Customer Journey bei Brille24 <i>Dirk Thum</i> 234

Big Data: Mehr Informationen für den individuellen Dialog

Wie tegut große Datenmengen sicher im Griff hat <i>Evi Richard</i> 236
Ohne Umleitung zum neuen Auto <i>Ralf Schobert</i> 238
Fotocommunity verdoppelt Klicks mit Pre-Targeting <i>Sebrus Berchtenbreiter</i> 240
Bessere Conversion Rates im B2B-Onlineshop <i>Lukas Schröder</i> 242
Ticketverkauf mit automatischem Lead Management <i>Katrin Meier</i> 244
ING Belgien: Mehr Abschlüsse durch Scoring <i>Steffen Stahl</i> 246

Content Marketing: Die richtigen Inhalte an die richtige Zielgruppe

AEB betreibt erfolgreiches Content Marketing <i>Martin Philipp</i> 248
Payback optimiert mit Content Processing <i>Stefan von Lieven</i> 250
Automatisierte Werbedruck-Optimierung im Verlag <i>Frank Strzyzewski</i> 252
Trigger-Mails mit Gutscheincodes bei mydays <i>Elisabeth Paech</i> 254
Fahrradshop setzt auf intelligente Partnersuche <i>Birgit Linke</i> 256
Elektronikmarkt macht mit Regelverstoß mehr Klicks <i>Stefan Appenrod</i> 258

Anhang

Autoren 262
Stichworte 269