

Personalisierung wird zur Pflichtaufgabe

Torsten Schwarz

..... 7

1. Die richtigen Personen auswählen

Die Herren der Daten

Tim Cole

..... 21

Relevanz im Dialog

Christian Huldi

..... 35

Anonymisierung und Pseudonymisierung

Daniela Duda

..... 45

Effiziente Personalisierung: Personas reloaded

Frank Puscher

..... 49

Predictive Targeting

Dennis Proppe

..... 61

2. Den passenden Zeitpunkt herausfinden

Customer Lifecycle und Customer Value optimieren

Stefan Schulte

..... 85

Personalisierte Customer Journey durch Marketing Automation

Alexander Körner

..... 99

Echtzeit – Die 1. Liga des personalisierten Dialogs

Frank Ueffing, Matthias Meyer

..... 115

3. Auf dem gewünschten Kanal ansprechen

Cross-Channel-CRM – Potenziale und organisationale Herausforderungen

Annett Wolf

..... 131

International Customer-Experience-Management	
<i>Cecilia Floridi</i> 145
Chatbots für personalisierte Dialoge	
<i>Peter Gentsch</i> 167
Erfolgsfaktoren von Influencer-Marketing	
<i>Stefan Ramershoven</i> 183
Programmatic Creativity – die Rolle der Kreativen	
<i>Jürgen Seitz</i> 199
Personalisierung im Marketing: die Antwort des EU-Datenschutzrechts	
<i>Jens Eckhardt</i> 207

4. Praxisbeispiele

Mehr Umsatz durch Personalisierung

Klingel setzt auf personalisierte Paketbeilagen	
<i>Jan Lippert</i> 228
Runtastic – 90 Millionen individuelle Fitnesspläne	
<i>Philip Nowak</i> 230
Esprit generiert echte Empfehlungen für Outfits	
<i>Andreas Landgraf</i> 232
Passende Ad-Zielseiten für jeden Shopbesucher	
<i>Olaf Brandt</i> 234

Mit Lifecycle-Marketing den richtigen Moment finden

baby-walz: Individueller Prospektversand überzeugt	
<i>Stefan Oertel</i> 236
Uniserv gewinnt automatisch mehr neue Kunden	
<i>Martin Philipp</i> 238

Customer Journey erfassen – passende Angebote machen

Die Customer Journey im Handel erfassen	
<i>Ingo Ax</i> 240
Predictive Marketing in der Automobilindustrie	
<i>Rémy Jugault</i> 242
Im Tourismus die richtigen Kunden finden	
<i>Jörg Beinlich</i> 244

Persönliche Empfehlungen wirken nachhaltig	
Zufriedene Stromkunden sagen's gerne weiter	
<i>Jens Rode</i> 246
Persönlich ins Ronald McDonald Haus einladen	
<i>Axel Marciak</i> 248
Handelskammer hat personalisierte Empfehlungen	
<i>Christian Regner</i> 250

5. Anhang

Autoren 254
Stichworte 261