

<b>Personalisierung wird zur Pflichtaufgabe</b> <i>Torsten Schwarz</i>	..... 7
 <b>1. Die richtigen Personen auswählen</b>	
Die Herren der Daten <i>Tim Cole</i>	..... 21
Relevanz im Dialog <i>Christian Huld</i>	..... 35
Anonymisierung und Pseudonymisierung <i>Daniela Duda</i>	..... 45
Effiziente Personalisierung: Personas reloaded <i>Frank Puscher</i>	..... 49
Predictive Targeting <i>Dennis Proppe</i>	..... 61
 <b>2. Den passenden Zeitpunkt herausfinden</b>	
Customer Lifecycle und Customer Value optimieren <i>Stefan Schulte</i>	..... 85
Personalisierte Customer Journey durch Marketing Automation <i>Alexander Körner</i>	..... 99
Echtzeit – Die 1. Liga des personalisierten Dialogs <i>Frank Ueffing, Matthias Meyer</i>	..... 115
 <b>3. Auf dem gewünschten Kanal ansprechen</b>	
Cross-Channel-CRM – Potenziale und organisationale Herausforderungen <i>Annett Wolf</i>	..... 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

*Jens Rode*

..... 246

Persönlich ins Ronald McDonald Haus einladen

*Axel Marciniak*

..... 248

Handelskammer hat personalisierte Empfehlungen

*Christian Regner*

..... 250

## **5. Anhang**

Autoren

..... 254

Stichworte

..... 261