

Inhalt

1	Der Mittelstand kann nur digital gewinnen – und jetzt aus dem digitalen Schlaf erwachen.	7
1.1	<i>Unsere Gesellschaft ist schon digital – und sie wartet nicht</i>	9
1.2	<i>Die erfolgreiche Strategie ist digital – weil der Kunde es erwartet und fordert</i>	16
1.3	<i>Nach dem Denken folgt die Technik.</i>	19
2	Erwartungen moderner Kunden – digital, serviceorientiert und interaktiv	25
2.1	<i>Die digitalen Generationen sind Kunde, Mitarbeiter, Partner – und sie sind online</i>	26
2.2	<i>Personalstrukturen neu denken – Entscheider gibt es auf jeder Ebene</i>	30
2.3	<i>Gutes Marketing heißt Kommunikation auf Augenhöhe – schnell und bidirektional.</i>	33
2.4	<i>Kooperation anstatt Konkurrenz – näher an die Kunden rücken.</i>	54
2.5	<i>Den Kunden binden heißt ihn begleiten</i>	58
3	Change immer und überall – digitale Strategien führen zu erfolgreichen Geschäftsmodellen	63
3.1	<i>Mit der Überzeugung kommt die Unternehmenskultur – und die Kundenbindung</i>	65
3.2	<i>Buzzword Digitalisierung – intern, extern oder von allem ein bisschen?</i>	75
3.3	<i>Warum Ihre Internetseite nicht bedeutet, dass Sie digital aufgestellt sind.</i>	84
3.4	<i>Die logische Konsequenz digitalen Denkens – neue Produkte und Service, Service, Service.</i>	87
3.5	<i>Komfortzonen verlassen und neue schaffen – für sich und seine Kunden</i>	99

3.6 Bestandskunden sind auch Kunden – und verlangen mehr	115
4 Digitales Marketing – ganzheitlich, strategisch und kundenfokussiert	127
4.1 Verkaufen mit Sinn und Verstand, Strategie und Geschick, Kontakt und Voraussicht	128
4.2 Digitales Denken in der Marketingpraxis – Vorteile durch Vielfalt	136
4.3 Suchmaschinen – kommunikative Spielwiesen für Ein- und Verkauf	143
5 Controlling – Tests, Analysen und Steuerungsmöglichkeiten ohne Streuverluste.	161
5.1 Versuch und Irrtum – mit Mut und Kundennähe	163
5.2 Neue Angebote entwickeln – kontrolliert, kundennah und Schritt für Schritt	167
5.3 Die neue Budgetfrage – jede Sekunde handhabbar	171
6 Unternehmer denken digital – und nutzen Experten für die Umsetzung.	185
6.1 Wie Unternehmen an echtes Marketing-Know-how kommen	185
6.2 Alle Wege führen zum Kunden – man muss sie nur nutzen	198
6.3 Multiple Kanäle wählen – und die richtige Mischung	207
7 Kunden sind fordernd – und der klassische Vertrieb stirbt aus.	213
7.1 Kaltakquise ist von gestern	215
7.2 Das letzte Erfolgsgeheimnis – Freude am Unternehmertum	219