

# Inhalt

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

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