

Inhaltsverzeichnis

1 Strategische Fragen für B2B-Führungskräfte in einer digitalen Welt	1
2 Zentrale Elemente eines neuen Go-to-Market-Modells von B2B-Unternehmen	5
3 Digitale Nachfragegenerierung	11
4 Digitales Lead Management	23
5 Digitale Kundenbindung	31
6 Die Rolle von Personalabteilungen in der digitalen Transformation	41
7 Relevante Marketing- und Vertrieb Technologien	45
8 Durchführung von digitalen Transformationsprojekten	47
Literatur	51