

Inhalt

Methoden des kundenzentrierten Innovationsmanagements als Basis der personalisierten Produkt-/Servicegestaltung	1
<i>Johanna Schoblik, Bernhard Kölmel, Rebecca Bulander, Alexander Richter und Lukas Waidelich</i>	
Künstliche Intelligenz im Marketing. Ausgewählte Ergebnisse der Studie „Digital Dialog Insights 2019“	21
<i>Harald Eichsteller und Jürgen Seitz</i>	
Was Onlinekäufer motiviert. Eine Untersuchung der Einkaufsmotive in Deutschlands größten Onlineshops (B2C)	35
<i>Silvia Zaharia</i>	
Nutzerprobleme beim E-Commerce sehen und hören. Wie KI die Analyse der User Experience unterstützt	57
<i>Christina Miclau, Oliver Gast, Julius Hertel, Anja Wittmann, Achim Hornecker und Andrea Müller</i>	
Datenschutz im Marketing. So gelingt der sichere und rechtskonforme Datenaustausch	73
<i>Thomas Schuster, Lukas Waidelich und Sascha Alpers</i>	
Der Einsatz der Blockchain-Technologie im (Dialog-)Marketing. Im Spannungsfeld von Game-Changing-Potenzialen und Akzeptanzproblemen ...	85
<i>Andreas Mann und Florian Oliver Knauer</i>	
Die Bestimmung hinreichend umfassender Datenbestände zur Konzeption von Marketingkampagnen	119
<i>Benedikt Lindenbeck</i>	

Medienkompetenz im Social-Media-Dialog	135
<i>Ralf T. Kreutzer</i>	
 Alfred Gerardi Gedächtnispreis 2019	 151
 Dank an die Sponsoren	 157