



04 | 2017

SCHWERPUNKT

Crossmedialer Dialog

14 Next Stop: Dialog

Das Dialogmarketing muss sich neu ausrichten. Es reicht nicht aus, die wichtigsten Touchpoints der Customer Journey zu bespielen. Wichtiger ist eine stärkere Kundenwertausrichtung des Informationsangebots.

22 Crossmedialer Dialog braucht Erfolgsmessung

Alles ist attribuierbar – aber der Teufel steckt im Detail. Daher werden die Erfolgsmessung und die Wechselwirkungen der Kanäle untereinander immer wichtiger.

30 „Cola statt Champagner“

Für Christoph Müller, Head of Marketing und Communication der Sick AG, mutiert das Marketing zu „schnödem Datenbankarbeiten“.

36 Ohne Analyse sind Daten nutzlos

Wie Unternehmen neue Datenquellen für die Optimierung von Dialogmarketing und CRM nutzen – und welche Herausforderungen aufs Marketing zukommen.

40 Geschwindigkeit zählt

Accelerated Mobile Pages (AMP) sind Googles ultimativer Ladezeit-Turbo für mobile Websites. Gleichzeitig schicken sich Progressive Web Apps (PWA) an, nativen Mobile-Apps den Rang abzulaufen. Ein Überblick.

44 „Künstliche Intelligenz ist wie künstliche Blumen“

Viele Routinejobs erledigen künftig Roboter. Auch im Marketing. Der Mensch wird sich auf seine Stärken besinnen müssen, sagt der Futurist Gerd Leonhard.

> 14


*Gewusst wie:
Wie Facebook, Google,
Amazon und E-Bay
dem deutschen Mittelstand
bei der Digitalisierung
helfen.*



*Umbruch in der Werbelandschaft – Retail Media
ist auf bestem Weg, die gesamte Online-Marketing-
Landschaft zu verändern.*



> 56



Streckenplan für die Zukunft: Viele Unternehmen müssen den cross-medialen Kundendialog neu denken, um bei der Zielgruppe anzukommen.



Wann geht dem Vertrieb ein Licht auf? Was unterschiedliche Verkaufsstile wirklich bewirken.

>70

GOOD TO KNOW

- 11 Co-Reach 2017**
Das sind die Highlights der Crossmedia Area.

CUSTOMER JOURNEY

- 62 Schweinebauch mit Künstlicher Intelligenz**
Warum Programmatic Advertising das alte Gießkannenprinzip der klassischen Werbung ablösen wird.
- 66 Die Rückkehr der Untoten**
Ein Stil des Direktmarketing ist so erfolgreich, dass er seit Jahrzehnten eingesetzt wird. Wir sagen welcher.
- 78 Turbo für den Vertrieb**
Wie Sie mit professionellem Lead Management mehr aus Ihrem Vertrieb herausholen.
- 82 Red' mit mir!**
Nur in Wechselwirkung entfalten E-Mail und Social Media ihre volle Wirkung.
- 88 Maßarbeit**
Hanna Instruments verkauft weltweit Messtechnik – und sieht großes Wachstumspotenzial im Direktvertrieb.
- 90 Nur wer gibt, kann auch nehmen**
Die neue Datenschutzgrundverordnung ändert für den deutschsprachigen Wirtschaftsraum nicht viel. Warum sie dennoch ein Fortschritt ist.
- 94 Data Driven ist das Wort der Stunde**
Marketing will Menschen datengestützt so individuell wie möglich ansprechen. Wie das auch im Service geht.

FÜR SIE PERSÖNLICH

- 98 Raus aus der Komfortzone**
Wie Selbstmotivation nachhaltig mehr Erfolge bringt.

STANDARDS

- 03 Editorial**
102 Karriere und Stellenmarkt
113 Vorschau, Impressum