



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.

&gt; 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.*



&gt; 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.*

## 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**