

Vorworte

4 - 6

MODUL 1: **Grundlagen & Strategie**

Kapitel 1:

Der digitale Gipfelsturm oder die Digitalisierung des Marketings als Erfolgsfaktor

Harald Rametsteiner

14 - 27

Kapitel 2:

Von der Herausforderung zur Strategie: Identifikation von Kundenbedürfnissen durch Personas, Empathy Mapping & Customer Journey

Chris Budgen

28 - 39

Kapitel 3:

Die Datenschutz-Grundverordnung (DSGVO) und Online-Marketing-Recht

Paul Koppenwallner und Philipp E. Stephan

40 - 59

Kapitel 4:

Das 1x1 der digitalen Mediaplanung

Daniel Pfeffer

60 - 68

MODUL 2: **Digitale Kanäle**

Kapitel 5: Social & Search: Die reichweitenstärksten digitalen Kanäle Roman Gaisböck	70 - 85
Kapitel 6: E-Commerce: Der Online-Handel kompakt zusammengefasst Millad Shahini	86 - 92
Kapitel 7: Programmatic Advertising: Datenbasierte Werbung für die individuelle Kundenansprache Hannes Wurzwallner	94 - 102
Kapitel 8: Mobile Marketing & Apps: Wie 2020 unser mobiles Nutzerverhalten für immer verändert hat Gerhard Günther	104 - 115

MODUL 3: **Technik & Tools**

Kapitel 9: Marketing Automation: Welche Tools gibt es, was können sie und wie wähle ich das richtige Tool aus? Wajden Byloff	116 - 127
Kapitel 10: Marketing Automation: Wie sich die User Experience automatisieren lässt Hannes Kirchbaumer	128 - 137
Kapitel 11: E-Mail-Marketing: Der älteste digitale Kommunikationskanal bleibt einer der wichtigsten Dominik Paulsteiner	138 - 149
Kapitel 12: Warum Sie Media Efficiency und das Cookie-Sterben als Marketer interessieren sollte Siegfried Stepke	150 - 163
Kapitel 13: Der Handel im Wandel: Warum das Verständnis von Location Based Marketing ein „Must have“ für jeden Cross-Channel-Denker ist Thomas Hinterleithner und Andreas Ladich	164 - 183

MODUL 4: **Omnichannel Marketing**

Kapitel 14: 184 - 197
Omnichannel Measurement

Michael Martin und Manfred Gansterer

Kapitel 15: 198 - 209
In sieben Schritten zur erfolgreichen
Online-Marketing-Strategie

Manfred Gansterer

Kapitel 16: 210 - 214
Ad Fraud, Visibility Tracking & Ad
Blocker

Michael Malik

Kapitel 17: 216 - 225
Angewandte Künstliche Intelligenz
im Marketing

Franziskos Kyriakopoulos

MODUL 5: **Trends**

Kapitel 18: Marketing Trends im Überblick Kathrin Hirczy	226 - 233
Kapitel 19: Influencer Marketing at its best! Vivienne Hödl und Florentina Perschy	234 - 253
Kapitel 20: Kann Künstliche Intelligenz kreativ sein? Michael Katzlberger	254 - 265
Kapitel 21: Social Media Trends, Updates & Ausblicke Andreas Mittelmeier	266 - 297
Literaturverzeichnis	280
Abbildungsverzeichnis	282 - 285
Biografien der Autoren	286 - 294
Glossar	297 - 319