

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	V
Inhaltsverzeichnis	IX
I. Die Chancen des digitalen Marktplatzes neu entdecken	1
1 Marketing im E-Business – Was ist anders, was bleibt gleich?	2
2 Neue Herausforderungen in einer digitalen Welt	3
2.1 Neuordnung des Online-Marktes	4
2.2 Multi-Channel-Strategie	5
2.3 Neue Geschäftsmodelle	7
2.4 Machtverschiebungen zugunsten der Kunden	9
II. Mit dem Loyalitätskreislauf zu loyalen und profitablen Kunden	13
1 Mit einer klaren Zielgruppenstrategie zum Erfolg	13
1.1 Marktsegmentierung	14
1.2 Zielmarktfestlegung	19
1.3 Positionierung	21
2 Zufriedenheit ist nicht Loyalität – der Loyalitätskreislauf	22
2.1 Die Bedeutung der Kundenloyalität	23
2.2 Entstehung der Kundenloyalität	24
2.3 Der Loyalitätskreislauf	27
3 Attract – Wie Sie die richtigen Interessenten finden	37
3.1 Werbliche Maßnahmen	39
3.1.1 Banner	40
3.1.2 Unterbrechungswerbung (Interstitials)	45
3.1.3 Online-Sponsoring	48
3.2 Marketingmaßnahmen	50
3.2.1 Viral Marketing	50
3.2.2 Multi-Channel-Marketing	53
3.3 Entertainment	55
3.3.1 Gewinnspiele	55
3.3.2 Online-Spiele	58

3.3.3 Online-Auktionen	60
3.4 Partnerprogramme und Kooperationen	64
3.4.1 Partnerprogramme	64
3.4.2 Content Integration	67
3.4.3 Suchdienste	68
3.4.4 Portale	70
3.5 Kostenlose Zusatzdienste	74
3.5.1 Produktivitätssteigerung	75
3.5.2 E-Greetings	77
3.5.3 Free Webpace	78
3.6 Fazit	79
4 Convert – Wie Sie Interessenten zu profitablen Kunden machen	81
4.1 Online-Information	83
4.2 Kundenberatung	88
4.3 Vertrauensbildende Maßnahmen	98
4.3.1 Service- und Zufriedenheitsgarantien	98
4.3.2 Testimonials, Kommentare und Referenzen	100
4.4 Preispolitische Maßnahmen	104
4.4.1 E-Coupons	104
4.4.2 Preismodifizierung	106
4.5 Fazit	110
5 Serve – Wie Sie Kunden bedienen und begeistern	111
5.1 Inhalte	113
5.2 Navigation und Seitenaufbau	116
5.3 Kundenservice	121
5.4 Distribution	126
5.4.1 Lieferung	126
5.4.2 Versandkosten	131
5.4.3 Retouren	133
5.5 Sicherheit und Vertrauen	136
5.5.1 Datensicherheit	137
5.5.2 Zahlungssicherheit	140
5.5.3 Gütesiegel	144
5.5.4 Marke als vertrauensbildender Faktor	148
5.6 Fazit	152

6	Retain – Wie Sie Kunden zu loyalen Stammkunden machen	154
6.1	Personalisierung	155
6.2	Personalisierte Produkte oder Leistungen	160
6.3	Personalisierte Benutzeroberfläche	164
6.4	Intelligenter Dialog	170
6.4.1	Newsletter.....	170
6.4.2	Diskussionslisten, Kundenfeedback und Chats	176
6.4.3	E-Mail-Marketing.....	181
6.5	Virtuelle Gemeinschaften.....	185
6.6	Virtuelle Kundenclubs.....	194
6.7	Treueprogramme	197
6.8	Opportunitätskosten	202
6.9	Fazit.....	205
III. Controlling der digitalen Kundenbeziehung		209
1	Messung des Kundenwertes	209
2	Messung und Steuerung des Loyalitätskreislaufs.....	213
3	Kriterien und Messgrößen für Online-Marketing.....	219
4	Analyse und Interpretation von Zugriffsstatistiken	224
IV. Aussichten für die Zukunft.....		227
V. Glossar		243
Anmerkungen		261
Stichwortverzeichnis		271