

# Inhaltsverzeichnis

|                                                                                                      |            |
|------------------------------------------------------------------------------------------------------|------------|
| Vorwort von Chris Do .....                                                                           | 13         |
| Eine Dekade Marketingexpertise: die Geburt des Avatar Hacking® .....                                 | 17         |
| <b>1 Das ist Avatar Hacking® .....</b>                                                               | <b>29</b>  |
| 1.1 Neue Anforderungen an modernes Marketing .....                                                   | 34         |
| 1.1.1 »Just Do It« – ein Glücksgriff in der Marketinggeschichte .....                                | 34         |
| 1.1.2 Überwältigende Datenfluten – Daten sammeln ist das eine, sie auswerten etwas<br>anderes! ..... | 36         |
| 1.2 Akuter Handlungsbedarf .....                                                                     | 39         |
| 1.2.1 Personas – ein kurzer Blick in die Vergangenheit .....                                         | 40         |
| 1.2.2 Old School Marketing – starr wie ein gefrorener Wasserfall .....                               | 47         |
| 1.2.3 Zurück in die Gegenwart – so funktionieren Algorithmen .....                                   | 48         |
| 1.2.4 Personas Are Dead – The Algorithm Killed Them .....                                            | 52         |
| 1.2.5 Was König Charles III. und Ozzy Osbourne verbindet .....                                       | 54         |
| 1.2.6 Deshalb sind Persona-Workshops rausgeworfenes Geld .....                                       | 58         |
| 1.2.7 Ein letzter Abschied .....                                                                     | 61         |
| 1.3 Im Fokus – der Avatar als Upgrade deiner Zielgruppe .....                                        | 63         |
| 1.4 Agile Marketing .....                                                                            | 68         |
| 1.4.1 Agile Work – was, wofür und wie? .....                                                         | 68         |
| 1.4.2 Kommunikation – das A&O .....                                                                  | 73         |
| 1.4.3 Die Praxis – so wird dein Marketing agil .....                                                 | 74         |
| 1.4.4 Scrum – die Basis für einen agilen Marketingprozess .....                                      | 76         |
| <b>2 Zirkulärer Marketingprozess – die 3 Cs .....</b>                                                | <b>81</b>  |
| <b>3 Concept .....</b>                                                                               | <b>87</b>  |
| 3.1 Datenanalyse: sammeln – aggregieren – auswerten .....                                            | 87         |
| 3.1.1 Interne Daten – First Party Data .....                                                         | 87         |
| 3.1.2 Externe Daten – Third Party Data .....                                                         | 90         |
| 3.2 Zielgruppenanalyse .....                                                                         | 96         |
| 3.3 Arbeit mit Daten – Gastbeitrag von Lucas Obstfeld .....                                          | 100        |
| 3.4 Daten nutzbar machen – Business Model Canvas und Value Proposition Canvas .....                  | 103        |
| 3.4.1 Business Model Canvas (Avatar-Verständnis) .....                                               | 104        |
| 3.4.2 Value Proposition Canvas (Avatar Elements) .....                                               | 107        |
| <b>4 Creation .....</b>                                                                              | <b>127</b> |
| 4.1 Transfer der Avatar Elements .....                                                               | 133        |
| 4.2 Design & Copy .....                                                                              | 137        |

|          |                                                                                   |            |
|----------|-----------------------------------------------------------------------------------|------------|
| 4.3      | Storytelling Angles .....                                                         | 145        |
| 4.3.1    | Hook-Story-Offer – deine Waffe im Kampf um 1,4 Sekunden Aufmerksamkeit ...        | 146        |
| 4.3.2    | Heldenreise: Empowerment statt pushy Sales .....                                  | 148        |
| 4.3.3    | Love Letter .....                                                                 | 150        |
| <b>5</b> | <b>Commerce .....</b>                                                             | <b>153</b> |
| 5.1      | Distribution .....                                                                | 153        |
| 5.2      | Auswertung & Dokumentation .....                                                  | 158        |
| 5.2.1    | Paid Media – Auswertung, Dokumentation & Iteration .....                          | 159        |
| 5.2.2    | Organic Media – Auswertung, Dokumentation & Iteration .....                       | 168        |
| 5.3      | Iteration – zurück ans Reissbrett: Creation oder Concept .....                    | 174        |
| <b>6</b> | <b>Avatar Hacking® in der Praxis .....</b>                                        | <b>177</b> |
| 6.1      | So bindest du das Avatar Hacking® in deinen Arbeitsalltag ein .....               | 177        |
| 6.2      | Tools & Prozesse .....                                                            | 178        |
| 6.3      | Avatar Hacking® als Kommunikationsschnittstelle für Design und Media Buying ..... | 188        |
| 6.4      | Avatar Hacking® als spielerische Learning Journey .....                           | 190        |
| 6.5      | Aus der Praxis: E-Commerce .....                                                  | 192        |
| 6.6      | Aus der Praxis: Branding .....                                                    | 194        |
| 6.6.1    | Branding – Gastbeitrag von Teresa Müller, Type Type Hype .....                    | 197        |
| 6.6.2    | Employer Branding – Gastbeitrag von Nina Handrup, Capgemini .....                 | 201        |
| <b>7</b> | <b>Ein Resümee für die Zukunft .....</b>                                          | <b>209</b> |
|          | Danke .....                                                                       | 213        |
|          | Glossar .....                                                                     | 217        |
|          | Stichwortverzeichnis .....                                                        | 227        |