

Digitale Transformation

Impulse für den Mittelstand

Bearbeitet von
Tim Cole

1. Auflage 2015. Buch. 211 S. Gebunden
ISBN 978 3 8006 5043 9
Format (B x L): 14,1 x 22,4 cm
Gewicht: 504 g

[Wirtschaft > Management > Unternehmensführung](#)

Zu [Leseprobe](#) und [Inhaltsverzeichnis](#)

schnell und portofrei erhältlich bei

The logo for beck-shop.de features the text 'beck-shop.de' in a bold, red, sans-serif font. Above the 'i' in 'shop' are three red dots of increasing size. Below the main text, the words 'DIE FACHBUCHHANDLUNG' are written in a smaller, red, all-caps, sans-serif font.

beck-shop.de
DIE FACHBUCHHANDLUNG

Die Online-Fachbuchhandlung [beck-shop.de](#) ist spezialisiert auf Fachbücher, insbesondere Recht, Steuern und Wirtschaft. Im Sortiment finden Sie alle Medien (Bücher, Zeitschriften, CDs, eBooks, etc.) aller Verlage. Ergänzt wird das Programm durch Services wie Neuerscheinungsdienst oder Zusammenstellungen von Büchern zu Sonderpreisen. Der Shop führt mehr als 8 Millionen Produkte.

A

ABB 145
Additive Fertigung 149
– vs. Massenfertigung 152
Allen, James 82
Amazon 18, 51
Andreessen, Marc 96
Apple 18
Arbeit 2.0 177
Arbeiten 4.0 26
Arbeitgebermarke 39, 174
Arbeitsmarktservice Österreich
189
Atala, Anthony 150
Autosen GmbH 123

B

Bain & Company 82
Bakakis, Nektarios 114, 153
Bauer, Wilhelm 177
Baums, Ansgar 161
Bell, David 96
Berlecon Research 121
Berners-Lee, Tim 154
Beschaffungsplattformen 120
Beschwerdemanagement 82
Bezos, Jeff 19, 51
Bid Management 86
Big 4 18
Big Data 34, 82
– Industrial Big Data 143
BITKOM 25, 38, 141, 159, 160, 180
Bizerba 112
Blogger 59
Bosch 123, 155
Bosch Startup Plattform 194
Boston Computer Exchange 50
Boston Consulting Group 147
Breitbandausbau in Deutschland
16
Brumer, Ioan 133
Bsirke, Frank 147
BTX 50
Buhse, Willms 39

Bundesverband Materialwirtschaft,
Einkauf und Logistik 122, 132

C

C&A 68
Cairncross, Frances 75
Carmeli, Daphne 108
carzilla.de 114
Cloudlösungen 37
Coca-Cola 65
Continental 123, 174
Cowgill, Bo 96
CRM 2.0 80
Cronin, Lee 149
Crowd Shipping 43
CrowdToGo 107
Customer Experience Management
81
Customer Journey 41, 59
Customer Relationship Manage-
ment 79

D

Daimler 121
Datenhalden
– von Information zu Wissen 33
Deliv 108
De-Provisioning 184
Deutscher Gewerkschaftsbund
157, 196
Deutsches Forschungszentrum für
Künstliche Intelligenz 146
DHL 114
Digitale Transformation
– als Managementaufgabe 35
– Beschaffung 118
– CRM 2.0 80
– die Rolle der Politik 159
– Digitalisierung der Arbeitswelt
181
– Disruption 37
– Handel im Wandel 65
– Herausforderung Bildung 160
– Industrie 4.0 43
– Logistik 94

- Marketing 2.0 76
- partizipatorisches System 56
- Retouren als Chance 100
- The Great Game vs. Deutschland 4.0 25
- Verkaufen auf allen Kanälen 60
- Vernetzung als Unternehmensprinzip 40

Dimension Data 37

Dolce, Guiseppe 156

Doodle 57

Dorobantu, Cosmina 96

Dorst, Wolfgang 160

3D-Druck 113, 149, 152

3D-Drucker 43

3D Systems 149

doubleYUU 39

E

E-Commerce-Umsatz 53

Einkauf

– Dutch auction 120

– Kunden-Universum 126

– Partnernetzwerk 132

– Reverse auction 120

– Strategic Sourcing 124

Einkauf 3.0 121

Einkäufer

– Nutzung Sozialer Medien 132

Emmrich, Oliver 66

Employer Branding 39, 174

Erdogan, Tolga 37

Ergebnisorientierte Führung 40

F

Facebook 18, 41, 63

Fallmann, Daniel 33

Feldmann, Christoph 132

Fertigung 43

– Demokratisierung der 152

– Ende der Massenfertigung 149

– Faktoren für die Zukunft der

Fabrik 162

Feuchtinger, Herbert 162

Ford 121

Forrester Research 98

Forschungszentrum für Handels-
management an der Hochschule
St. Gallen 66

Freese, Ludgar 65

Frey, Carl Benedikt 147

Friedman, Thomas L. 139

G

Gabath, Christoph 121

Gaedke, Gudrun 187

Gartner 35

General Electric 142

General Motors 121

Glimbovski, Milena 28

Google 18

Google AdWords 85

Google Drive 57

Google-Urteil 88

Graetz, Georg 148

Green Freight Europe 114

Greenpeace 89

Gromball, Paul 126

H

Hamilton, Barney 82

Handel

– Business-to-Business 68

– im Wandel 65

Hershey 149

Hewlett-Packard 161

Hilgendorf, Eric 158

Hoffmann, Reiner 157, 196

Hollmann, Jens 119

Holz, Winfried 25, 141

Homeoffice 178, 180

– Bedeutung für die Digital Natives
39

h&z 133

I

ibi research 101

IBM 36

Inbound Marketing 42

Industrial Big Data 143
Industrial Internet Consortium 159
Industrie 4.0 25, 43, 131, 138, 157, 194
– Rolle der Politik 159
Influencer-Statistiken 79
Innofact 67
Instant Gratification 176
Institut für Arbeitsorganisation 177
Institut für Handelsforschung Köln 66
Internet of Things 131

J

Joachimsthaler, Erich 75
Jobbörsen 172

K

Kaiserswerth, Matthias 36
Kaltakquise 69
Karstadt 68
Kausch, Michael 89
Kempf, Dieter 26, 181
Knauber-Freizeitmärkte 113
Knauber GmbH 153
Kodak 37
Koedritz, Martina 139
Komlos, John 37
Kopf, Johannes 189
KPMG 134
Kunden
– die Macht der 54
– Generation jetzt 54
– seine Machtmittel 55
– vom Konsumenten zum Prosumenten 56
Kundenbindung 71
Kunden-Selbstbindung 71
Kurzweil, Ray 175

L

Lanier, Jaron 141
Leonhard, Gerd 33, 83
LinkedIn 68, 71
Living in Digital Times 187
Livingstone, Justin 59
Loadhog 163
Loeffelholz, Hans Dietrich von 167, 170
Logistik 42
– Bestandsüberblick 99
– Deliv 108
– drone delivery 106
– European Shippers' Council 114
– Forecasting 99
– Kooperation in der Logistikkette 112
– Omnichannel Logistics 97
– Retourenmanagement 100
– Social Shipping 107
– Time Temperature Indicator System 112
Loyalty-Programme 58
Lufthansa 174

M

Management durch Vertrauen 38
Manpower 38
Marhofer, Gerd 124
Marietta, Amy 59
Marketing 42
– Bedeutung von Bloggern 59
– Kundenbindung 71
– Online-Marketing 77
– Online-Umfragen 57
– partizipatorisches System 56
– Reputation Management 88
– Social Listening 75
Markopoulos, Jody 143
Marks & Spencer 68
Mars 174
Massenfertigung 149
– Ende der 149
McKinsey 143
Merkel, Angela 25

Michaels, Guy 148
 Mindbreeze 33
 Mitarbeiterbindung 175
 Morris, Ed 152
 Müller, Andreas 156
 Multichannel-Vertrieb 60

N

Nahles, Andrea 26
 NAMII 152
 Nestlé 89
 Neumann, Horst 145, 146, 170
 Nutella 65

O

Oettinger, Günther 27
 Omnichannel 62
 Online-Handel
 – Retourenquote 42
 Online-Marketing 77
 – Analysewerkzeuge 78
 – Meinungsmacher 79
 – Search Engine Marketing 84, 86
 Online-Umfragen 57
 – Doodle, Google Drive, Survey
 Monkey 57
 Opel 156
 Osborne, Michael 147
 Otto 53

P

Paid Inclusion 87
 PayPal 29
 Personalmanagement
 – Acht-Stunden-Tag 195
 – Berliner Thesen 186
 – De-Provisioning 183
 – der neue Mitarbeiter 168
 – die neue Welt der Arbeit 175
 – Employer Branding 174
 – Geringqualifizierte 189
 – horizontale Loyalität 172
 – Jobbörsen 172
 – Macht der Bewerber 171

– Mitarbeiterbindung 175
 – Mitarbeiterqualifikation 188
 – Personal werden digitaler 182
 – War for talents 170
 Point of Sale 58
 Pringles 65
 Prosumenten 56

Q

Quora 68

R

Raskin, Robin 187
 Red Bull 65
 Regio-Plan Consulting 65
 Reincke, Christian 189
 Renner, Thomas 122
 Reputationsmanagement 88
 – Social Monitoring 89
 Retourenmanagement 100
 – komplexe Warenkörbe 103
 – Retourenwahrscheinlichkeit 102
 Retourenquote 42
 Richter, Wolfgang 65
 Rideship 107
 Rifkin, Jeremy 139
 Robert Bosch GmbH 193
 Robert Bosch Venture Capital
 GmbH 194
 Robotik 144, 154, 157
 Roemer, Thomas 154
 Ruppel, Alexander 195
 Rütters, Bernd 146

S

Sachs, Jeffrey 146
 Schaeffler 123
 Scharbach, Hubert 125
 Schirmacher, Frank 176
 Schumpeter, Joseph 23
 Search Engine Marketing 84, 86
 Sexton, Koka 68
 Shitstorm 88
 Siemens 33

Siemens Schweiz AG 125
Smart Factory 141, 155
Snapchat 20
Snowdon, Edward 34
Social Listening 75
Social Machines 154
Social Media 63
Social Monitoring 89
Social Selling 63
Social Shipping 107
Sponsored Links 86
Starbucks 65
Startnext 28
STI Gustav Stabernack GmbH 189
Strategic Sourcing 124
SupplyOn AG 123
Survey Monkey 57

T

Tesco 67
The Age of Acceleration 175
Theil, Anna 28
TMG Technologie Management Gruppe 126
Touchpoints 62
Trends
– 3D-Druck 113, 149
– Alterspyramide 169
– Homo digitalis 176
– Industrie 4.0 131, 138
– Instant Gratification 176
– Nachhaltigkeit 114
– Privatheit 20
– Regionalisierung 110
– soziale Maschinen 154
– The Age of Acceleration 175
– Verstädterung 110
– War for talents 170
– Who needs banks? 29
Twitter 41, 65

U

Uber 108
UPS 97
Urchs, Ossi 54

V

VDI 170
Vernetzung als Unternehmensprinzip 40
Vertrieb 41
– Kaltakquise geht ins Leere 69
– Multichannel 60
– Omnichannel 62
– Social Selling 63
– vom Multi- zum Omnichannel 62
Vertrieb 2.0 41
vibrio 89
Vollmoeller, Thomas 171
von Pierer, Heinrich 33
VW 145

W

Wahlster, Wolfgang 146, 155
Walmart 108
War for talents 170
Website
– veränderte Bedeutung 60
Wicker, Stephen 21
Wittenstein 156
Wolf, Sara 28

X

Xing 71, 171

Y

Yahoo Search Marketing 85
YouTube 41, 68

Z

Zalando 53, 100
ZF Friedrichshafen 123
Zipments 107
Zühlke, Detlef 157