

Im ersten Kapitel wird erläutert, was unter dem Gartner Hype Cycle verstanden wird und welche Technologien für die zukünftigen Herausforderungen an das Marketing von besonderer Bedeutung sind. Darauffolgend werden Big Data, die Veränderungen des Kundenverhaltens sowie die steigende Bedeutung von Kooperationen analysiert. In den letzten beiden Kapiteln wird zusammenfassend aufgezeigt, wie gut sich CMO's auf diese Herausforderungen vorbereitet fühlen und ein Ausblick auf zukünftige Entwicklungen gegeben.