

Bernd Röhlingshöfer

Marketeasing

Werbung total anders

2., neu bearbeitete Auflage

Erich Schmidt Verlag

Inhaltsverzeichnis



Vorwort	5
1. Alles wird anders	9
Klassische Werbung wirkt nicht mehr.	10
So nicht. Die Ursachenforscher auf dem Holzweg.	12
Die wahren Ursachen.	16
Nichts ändert sich, wenn Sie sich nicht ändern.	20
Die sechs Mantfas für Marketeaser.	32
2. Gute Werbung muss sich von selbst verbreiten	37
Die Grundlagen der Mundpropaganda	38
Wie Sie Gespräche auslösen.	40
Wie kriert man ansteckende Botschaften?.	47
Wie bringt man ansteckende Botschaften in Umlauf?	53
Die Überträger.	55
Welche Rolle die Überträger spielen.	62
Die Macht der Umstände.	65
Der Mehrwert der Mundpropaganda	67
Mundpropaganda planen und steuern?.	69
3. Je näher desto besser. Marketeaser und der Kunde	71
Der neue Wert der Kunden	72
Wie Sie mehr Nähe, zu Ihren Kunden herstellen	82
Wie Sie die Erfolgs-Gemeinschaft mit dem Kunden aufbauen.	86
Wie Ihre besten Kunden neue Kunden für Sie werben	94
Stammkunden als Botschafter des Unternehmens.	95
Die Elite der Stammkunden: Fans.	98
4. Marketeaser im Netz	105
Das Internet: Ihr neues Alpha-Medium.	106
Das Web: die Heimat der Kunden.	111

Wie Blogs Nachrichten verbreiten	115
Passive Promotions, die Marketeaser-Strategie im Netz . . .	121
5. Die Massenmedien und die Marketeaser.	133
Revolution muss Spaß machen	134
Der richtige Umgang mit den Massenmedien	135
Wie Marketeaser die Medien auf sich aufmerksam machen	138
Bezahlte Werbung in Massenmedien? Nur, wenn es Mehrwert bietet	145
6. Marketeaser und Mobile Marketing	149
Flash Mobs, eine kurze Mode mit anhaltenden Folgen . . .	150
Die Macht der Smart Mobs.	151
Das lebenswichtige Medium Handy.	151
7. Außenwerbung nach Marketeaser-Art	159
Die neuen Instrumente in der Außenwerbung	160
Der Ritt auf der Rasierklinge.	170
8. Übers Zielen und Treffer landen: Erfolgskontrolle für Marketeaser.	173
Vom Datenwahn der Old School-Werber.	174
Erfolgsmessung auf Marketeaser-Art	178
Erheben Sie so wenige Daten wie möglich	183
9. Die Zukunft der Marketeaser.	185
Fünf Trends, mit denen Sie rechnen müssen /..	186
Die Zukunft hat schon begonnen - sieben Beispiele.	192
Literaturhinweise	203
Sachregister.	205
Der Autor.	207