

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 Mantras für Marketeaser	32
2. Gute Werbung muss sich von selbst verbreiten	37
Die Grundlagen der Mundpropaganda	38
Wie Sie Gespräche auslösen	40
Wie kreiert 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