Auf einen Blick

Über die Autoren	7
Einführung	17
Teil I: Schwarz auf weiß – Printwerbung	21
Kapitel 1: Auf Gedrucktes setzen	23
Kapitel 2: Broschüren, Flyer etc.	31
Kapitel 3: Printwerbung richtig platzieren	45
Teil II: Unübersehbar – Schilder, Banner und Co	51
Kapitel 4: Schilder und Banner	53
Kapitel 5: T-Shirts, Poster und mehr	61
Teil III: Publicity, Mundpropaganda und Werbeartikel	69
Kapitel 6: Publicity und Mundpropaganda	71
Kapitel 7: Werbeartikel	81
Teil IV: Die Welt des World Wide Web	87
Kapitel 8: Einen wirkungsvollen Internetauftritt gestalten	89
Kapitel 9: In Suchmaschinen auftauchen	99
Kapitel 10: Anzeigen auf Facebook und Co, Bannerwerbung und E-Mail-Marketing	109
Teil V: Der Top-Ten-Teil	127
Kapitel 11: (Mehr als) Zehn Wege, bei der Werbung Geld zu sparen	129
Kapitel 12: (Mehr als) Zehn Tipps zum Steigern der Verkäufe via Internet	137
Stichwortverzeichnis	143

Inhaltsverzeichnis

Über die Autoren	7
Einführung	17
Über dieses Buch	17
Törichte Annahmen über den Leser	18
Wie dieses Buch aufgebaut ist	18
Teil I: Schwarz auf weiß – Printwerbung	18
Teil II: Unübersehbar – Schilder, Banner und Co.	19
Teil III: Publicity, Werbeatikel und Mundpropaganda ...	19
Teil IV: Die Welt des World Wide Web	19
Teil V: Der Top-Ten-Teil	19
Symbole, die in diesem Buch verwendet werden	19
TEIL I	
SCHWARZ AUF WEIß – PRINTWERBUNG	21
Kapitel 1	
Auf Gedrucktes setzen	23
Gedrucktes Werbematerial entwerfen	24
Die Anatomie gedruckten Materials	24
Die Teile zusammensetzen: Design und Layout	25
Die Phasen des Designs	25
Computerdesign	26
Einen Font finden	27
Auswahl einer Schriftart	27
Stilauswahl innerhalb der Schriftart	29
Kapitel 2	
Broschüren, Flyer etc.	31
Broschüren und Flyer produzieren	31
Das Ziel definieren	32
Drei Verwendungszwecke notieren	32
Einen klaren, überzeugenden Appeal einarbeiten	33
Werbetexte erstellen – Schritt für Schritt	36
Schritt 1: Die Überschrift formulieren	37
Schritt 2: Die Unterüberschrift verfassen	38
Schritt 3: Den Anfang schreiben	38

Schritt 4: Die leichte Handhabung demonstrieren	39
Schritt 5: Eine Zukunftsprognose abgeben	39
Schritt 6: Glaubwürdigkeit schaffen	40
Schritt 7: Schlagende Verkaufsargumente aufzählen.	41
Schritt 8: Für Nachweise sorgen	41
Schritt 9: Das Angebot unterbreiten	42
Schritt 10: Dem Leser das Geschäft schmackhaft machen.	43
Schritt 11: Die Dringlichkeit erwähnen	43
Schritt 12: Das Risiko auf sich nehmen.	44
Schritt 13: Eine Handlungsaufforderung einfügen	44

**Kapitel 3
Printwerbung richtig platzieren 45**

Können Sie sich Werbung leisten?	45
Preiswerte Werbeflächen finden.	46
Newsletter.	47
Lokalzeitungen	47
Die Anzeigengröße	48
Printwerbung testen und verbessern.	49
Ihre Anzeige auf Herz und Nieren prüfen	49

**TEIL II
UNÜBERSEHBAR – SCHILDER,
BANNER UND CO 51**

**Kapitel 4
Schilder und Banner 53**

Das unbedingt erforderliche Schild	53
Die Wirkung von Schildern	55
Gute Schilder texten	55
Mehr Kreativität für mehr Wirkung.	56
Fahnen und Banner entdecken.	58
Flagge zeigen	58

**Kapitel 5
T-Shirts, Poster und mehr. 61**

Ein Loblied auf das T-Shirt	61
T-Shirts, Schirme, Aufkleber gefällig?	62
Eingetütet	62

Poster und Reklametafeln	63
Formate für Außenwerbungstafeln	64
Erträge aus der Außenwerbung maximieren	66
Verkehrsmittelwerbung: Botschaften auf Achse	67
TEIL III	
PUBLICITY, MUNDPROPAGANDA UND	
WERBEARTIKEL	69
Kapitel 6	
Publicity und Mundpropaganda	71
Publicity zu Ihrem Vorteil einsetzen	72
Gute Publicity durch Social Influencing	72
Eine gute Story aufspüren	74
Der Aufhänger	74
Eine Story an die Medien übermitteln	75
Aus Mundpropaganda das Beste herausholen	79
Kapitel 7	
Werbeartikel	81
Gute Werbepremien durch »Werbeszenarien«	81
Beispiel Werbeszenario Stift	82
Beispiel Werbeszenario Kaffeebecher	83
Beispiel Musterszenario Spezialkarten	83
Vielfältige Auswahlmöglichkeiten	84
Die Qualitätsstrategie	84
TEIL IV	
DIE WELT DES WORLD WIDE WEB	87
Kapitel 8	
Einen wirkungsvollen Internetauftritt gestalten ..	89
Eine Webadresse auswählen	89
Ihr Internetauftritt	91
Hilfe für das Vorhaben finden	92
Einen professionellen Designer beauftragen	92
Landingpages mit hoher Konversionsrate erstellen	93
Verschiedene Arten von Landingpages kennenlernen	94
Eine Squeeze Page erstellen	95
Eine Verkaufsseite erstellen	96

Kapitel 9	
In Suchmaschinen auftauchen	99
Allgemeines zum Suchmaschinenmarketing.....	99
Die drei Hauptakteure im Suchmaschinenmarketing ...	100
Optimierung für Suchroboter.....	100
Mit Header und Meta-Tags zaubern.....	101
Meta-Tags schreiben.....	102
Für bessere Auffindbarkeit in Suchmaschinen bezahlen	103
Auf altmodische Weise auf Keywords kommen	105
Zufriedene Besucher.....	106
Klick-Statistiken interpretieren	107
Kapitel 10	
Anzeigen auf Facebook und Co, Bannerwerbung	
und E-Mail-Marketing	109
Paid Traffic nutzen.....	109
Den Traffic-Lieferanten aufsuchen	110
Eine passende Traffic-Plattform wählen.....	110
Bannerwerbung.....	118
Einfaches Design anstreben.....	118
Bannerwerbung platzieren	119
Mittels E-Mail-Marketing an Nutzern dranbleiben	119
E-Mail-Etikette	119
Bewährte Texte aus E-Mails nutzen	120
Massen-E-Mails: Broadcast-E-Mails und Trigger-Mails ...	121
Internetwerbung budgetieren.....	125
TEIL V	
DER TOP-TEN-TEIL	127
Kapitel 11	
(Mehr als) Zehn Wege, bei der Werbung	
Geld zu sparen	129
Planen Sie zu planen.....	129
Zielen Sie auf Ihr Publikum ab.....	130
Denken Sie in kleinen Dimensionen.....	130
Grenzen Sie Ihr Territorium ein.....	130

Expandieren Sie schrittweise	131
Sparen Sie dort, wo der Kunde es nicht sieht	131
Konzentrieren Sie Ihre finanziellen Mittel	132
Konzentrieren Sie sich auf das richtige Ziel.	132
Seien Sie kreativ	133
Erkennen Sie Ihre eigene Stärke	133
Geben Sie Ihr Geld (vernünftig) aus	133
Verschenken Sie Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung	134
Nutzen Sie kostenlose Platzierungen Ihres Namens, Logos und Slogans	134
Belohnen Sie Ihre Kunden	135
Setzen Sie neue Medien und Kanäle ein	135
Geben Sie solide Garantien	136
Treten Sie bei und nehmen Sie teil	136

Kapitel 12
(Mehr als) Zehn Tipps zum Steigern der Verkäufe
via Internet 137

Wählen Sie einen Zahlungsabwickler aus	137
Stripe	138
Square	138
Produzieren Sie gute Inhalte	138
Bieten Sie nützliche Informationen.	138
Bieten Sie regelmäßigen Nutzern neue Inhalte	139
Verwenden Sie Landingpage-Software.	139
Instapage	139
Unbounce	140
Bieten Sie eine einfache Seitennavigation	140
Optimieren Sie den Verkaufsprozess	140
Benutzen Sie Streaming-Video, wo's angebracht ist.	140
Bieten Sie Links zu anderen Webseiten an	141
Veröffentlichen Sie auf Ihrer Website besondere Angebote.	141
Platzieren Sie Bannerwerbung auf anderen Websites.	141
Veröffentlichen Sie überall Ihre Webadresse	142
Holen Sie Feedback ein.	142

Stichwortverzeichnis 143