

<i>Inhaltsverzeichnis</i>	7
Vorwort	5
Die 30 Ideen im Überblick	9
Teil I: Reifenvertrieb	11
1 Der Reifenmarkt	11
2 Vertriebswege	15
2.1 Stationär (=Verkauf im Autohaus)	15
2.2 Internet	15
2.2.1 Internetnutzung durch Endkunden	17
2.2.2 Internetnutzung durch gewerbliche Kunden	18
2.3 Außendienst	19
Teil II: Reifenmarketing	21
3 Argumente für den Reifenkauf im Autohaus	21
3.1 Service	21
3.2 Zusatzprodukte	22
4 Vorbereitung	24
5 Produktstrategie	26
6 Reifenstrategie	28
6.1 Voraussetzung: Flexibilität	31
6.2 Preisfindung	31
6.2.1 Konkurrenzanalyse	33
6.2.2 Kundenbefragung	34
6.3 Preisstrategie	34
7 Statistik / Befragungen	38
7.1 Passanten-/Interessentenbefragungen	39
7.2 Kundenbefragungen	41
8 Marketingmaßnahmen: Anregungen, Organisation und Praxisbeispiele	43
8.1 Garantien / Testsiege	45
8.2 Klassische Medien	48
8.2.1 Telefon	48
8.2.2 Annoncen	50
8.2.3 Lokalfernsehen	51
8.2.4 Radiowerbung	52
8.3 Direktmarketing	53

8.3.1 Voraussetzung: Datenanalyse	54
8.3.2 Postkarten	56
8.3.3 Gutscheine	58
8.3.4 Scheckheft / Serviceheft	59
8.3.5 Spiegelanhänger	60
8.3.6 Viralmarketing: Kunden-werben-Kunden	61
8.3.7 Die Kundenzeitung als ReifENZEITUNG	62
8.3.8 SMS	64
8.3.9 Post-it	65
8.3.10 Der Brief	65
8.4 Events	73
8.4.1 Aktionen im Autohaus	73
8.4.2 Cards und Clubs	77
8.5 Neue Medien: Internet	80
8.5.1 eBay	80
8.5.2 Eigene Internetseite	81
8.5.3 Autoscout24/mobile.de	81
8.5.4 E-Mail-Newsletter	82
8.6 Werben am Point-of-Sale	83
8.6.1 Fußbodenaufkleber	83
8.6.2 Schaufensterschreiben	83
8.6.3 Dekoration im Autohaus	84
8.6.4 Text in der Rechnung	87
8.6.5 Fahrzeugbeschriftung	87
8.6.6 Aufsteller	87
8.6.7 Verkäufer-Arbeitsplatz	88
8.6.8 T-Shirt	89
9 Zusammenarbeit mit Reifenhersteller	90
9.1 Kontaktaufnahme	90
9.2 Marketingunterstützung	90
9.3 Schulungen/Weiterbildung	91
10 Ökologie und Reifenverkauf	92
10.1 Die Voraussetzungen	92
10.2 Leichtlaufreifen	92
10.3 Nebenprodukte	94
Literaturverzeichnis	95