

Inhaltsverzeichnis

1	Alles Guerilla oder was?	9	3	Guerilla Marketing	44
Aufgabe:			3.1	Was ist Guerilla Marketing?	46
Transferübung		14	3.1.1	Ursachenforschung	47
2	Schnellkurs Marketing-Grundlagen	15	3.1.2	Guerilla Marketing ist ... abhängig von der Unternehmensgröße	49
Test:			3.1.3	Guerilla Marketing ist ... originell	52
Testen Sie sich. Sind Sie fit in klassischem Marketing?		16	3.1.4	Guerilla Marketing ist ... überraschend	54
2.1	Die wichtigsten Eckpfeiler des Marketings	18	3.1.5	Guerilla Marketing ist ... kostengünstig	57
2.1.1	Die Kombination der Marketing-Komponenten	18	3.1.6	Guerilla Marketing ist ... flexibel	61
2.1.2	Marketing ... betont Ihre betrieblichen Stärken	25	3.2	Was bringt Ihnen Guerilla Marketing?	65
2.1.3	Marketing ... findet Ihren Markt und richtet Ihr Angebot darauf aus	29	3.3	Wer kann Guerilla Marketing einsetzen?	68
2.1.4	Marketing ... öffnet Ihnen neue Vertriebswege	33	3.4	Begriffsinflation: Schlagworte sind nur etwas für Agenturen	70
2.1.5	Marketing ... verbindet Ihr Unternehmen mit der Öffentlichkeit	37	3.4.1	Ambush Marketing	71
2.2	Der Marketingplan	42	3.4.2	Buzz Marketing	72
			3.4.3	Ambient Marketing	73
			3.4.4	Moskito Marketing	75
			3.4.5	Virales Marketing	76
			Aufgaben:		
			Machen Sie sich klar, was Guerilla Marketing im Kern bedeutet		79

4	Planung Ihrer Guerilla-Marketing-Strategie	80		stoßen, wenn man zu großen auf dem Wege ist.“	101
4.1	Stimmt Ihr Angebot noch?	81	4.3.5	Keine Angst vor ehrlichen Meinungen	103
4.1.1	Was verkauft die Konkurrenz nicht?	82	4.3.6	Alltag als Aktionsbühne	103
4.1.2	Was verkauft die Konkurrenz zu welchem Preis in welcher Qualität?	84	4.3.7	Fallbeispiel: Guerilla-Aktion zum Verkehrssicherheitsmarketing	105
4.1.3	Sind Ihre Produkte technisch auf dem höchsten Stand?	85	4.3.8	Lokale Kompetenz als Wettbewerbsvorteil	106
4.1.4	Sind Sie auf neue Trends vorbereitet?	86	4.3.9	Ihr Insiderwissen macht Sie zum Guerillero	110
4.1.5	Ändern sich für Sie relevante rechtliche Rahmenbedingungen?	87	4.3.10	Suchen Sie sich lokale Kampfgefährten	112
4.1.6	Was sind die Ladenhüter?	87	4.4	Welchen Nutzen wollen Sie Ihren Kunden übermitteln?	117
4.2	An wen soll sich Ihre Aktion richten?	88	4.4.1	Information	121
4.3	Was Sie über Ihre Kunden wissen müssen	91	4.4.2	Emotionaler Mehrwert	122
4.3.1	Kundenwelt und Kundenumwelt	92	4.5	Die Kosten stets im Blick	124
4.3.2	Fallbeispiel: Das Wissen über Ihre Kunden bestimmt die Art Ihrer Kampagne	93		Aufgaben:	
4.3.3	Wie Sie Kundeninformationen bekommen	96		Gehen Sie strategisch vor	127
4.3.4	Fallbeispiel: „An kleinen Dingen muss man sich		5	Rein praktisch: Ihre Guerilla-Marketing-Aktion	128
			5.1	Ab wann ist eine Idee originell?	129
			5.2	Wie komme ich an die zündende Idee?	134

5.3	Von welchen Marketing-Aktionen fühlen Sie sich angesprochen?	137	5.5.5	Passen Sie sich wie ein Chamäleon Ihrer redaktionellen Umwelt an	165
5.4	Wie Sie das Internet in Ihr Guerilla Marketing einbinden	140	5.5.6	Zusammenarbeit mit Agenturen	166
5.4.1	Zunächst sollten Sie gefunden werden	141	5.6	Wie Sie Ihre Kunden einbinden	167
5.4.2	Verschränken Sie Ihre Offline- und Online-Werbung	142	5.6.1	Nutzen Sie die Sympathie Ihrer Kunden	167
5.4.3	Suchen Sie den Austausch mit Ihrer Zielgruppe auch online	143	5.6.2	Empfehlungs-marketing	171
5.4.4	Virales Marketing im Internet	145	5.6.3	Nicht nur Kunden binden, sondern auch einbinden: Mit einem eigenen Informations-medium	176
5.4.5	Machen Sie Ihren Internetauftritt zu etwas Besonderem	149	5.7	Vorsicht Falle! Welche negativen Folgen können auftreten?	181
5.4.6	Pflegen Sie Ihre Stammesbesucher	152	5.7.1	Beispiele für misslungene Guerilla-Aktionen	182
5.4.7	Achtung, werden Sie kein Guerilla-Opfer!	153	5.7.2	Guerilla Marketing und Recht	186
5.5	Wie Sie die Medien in Ihr Guerilla Marketing einbinden	153		Aufgaben:	
5.5.1	Pflegen Sie Ihre Kontakte zu den Medien	155		Die Umsetzung Ihres Guerilla Marketings	187
5.5.2	Fallbeispiel: Beim Promi-Frisör in London	161		Der Autor	188
5.5.3	Halten Sie sich dort auf, wo die Kameras sind	163		Literaturverzeichnis	189
5.5.4	Stehen Sie dort, wo Ihre Kunden hingucken	164		Stichwortverzeichnis	190