

# Inhalt

<b>Ich lebe von No-Budget-Marketing – und Sie? .....</b>	<b>9</b>
<b>Dieses Buch ist eine Lüge .....</b>	<b>13</b>
<b>1. Low-Budget oder No-Budget?! .....</b>	<b>17</b>
Der verflixte »moderne Konsument« .....	18
Die 7 wichtigsten Weisheiten des No-Budget-Marketings!	23
<b>2. Die Ist-Analyse .....</b>	<b>35</b>
Ihr Unternehmen – Ihre Produkte (bzw. Dienstleistungen)	39
Ihre Kunden – Ihre Zielgruppen .....	43
Welche Medien für welche Zielgruppe? .....	52
Ihre Werbeaktivitäten im letzten Jahr .....	56
Derzeitige Unternehmensprobleme .....	57
<b>3. Die Soll-Analyse .....</b>	<b>61</b>
Werbeziel .....	61
Die Hauptaussage Ihrer Werbung .....	63
Wofür wollen Sie bei Ihren Kunden »bekannt« sein? .....	65
Wie wollen Sie sich in der Öffentlichkeit präsentieren? –	
Die Corporate Identity (CI) .....	68
Die Psychologie der Farben .....	67
<b>4. Das Logo – das Firmenzeichen .....</b>	<b>79</b>
Die wichtigsten Punkte für die Low-Budget-	
Logogestaltung .....	82
Die Schrift im Logo .....	85

<b>5. Brief- und Geschäftspapiere.....</b>	<b>89</b>
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget- Briefpapiergestaltung.....	89
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget- Visitenkartengestaltung.....	93
<b>6. Blitzwerbemittel.....</b>	<b>97</b>
TOP 10 der schnellsten Werbemittel .....	97
<b>7. No-Budget-Anzeigen.....</b>	<b>101</b>
Ihre Anzeige in DIE ZEIT .....	101
Gedruckte Kleinanzeigen.....	103
Verschleudern Sie Ihre Anzeigen.....	104
Ihre Anzeige auf EBAY!.....	112
Anzeigen bei <a href="http://www.kijiji.at">www.kijiji.at</a> oder <a href="http://www.kijiji.ch">www.kijiji.ch</a> .....	117
<b>8. Direct-Mailing .....</b>	<b>119</b>
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget-Direct-Mailing- Werbung (Teil 1) .....	123
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget-Direct-Mailing- Werbung (Teil 2) .....	135
<b>9. No-Budget-Mailing – der elektronische Werbebrief .</b>	<b>145</b>
Die 6 wichtigsten Tipps für No-Budget- E-Mail-Werbung .....	146
<b>10. Plakate .....</b>	<b>151</b>
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget-Plakatgestaltung .....	152
<b>11. Beilage/Postwurf/Flugblatt.....</b>	<b>163</b>
Die wichtigsten Punkte der Low-Budget- Flugblattgestaltung.....	165
No-Budget-Flugblattidee .....	

<b>12. No-Budget – Internet und Webseiten .....</b>	<b>177</b>
Die beste Homepage-Software? .....	178
Der Inhalt entscheidet .....	185
<b>13. Google-Ads – die Werberevolution.....</b>	<b>191</b>
Wie funktioniert AdWords? .....	196
Schritt für Schritt zu erfolgreichen Google-AdWords .....	202
Google-AdWords für jedermann.....	211
Aufbau und Struktur Ihrer Google-Kampagne .....	235
Keywords sind der Schlüssel .....	239
11 Tipps für clevere AdWords-Schlagzeilen .....	247
<b>14. Alternativen zu Google.....</b>	<b>253</b>
Ihre Anzeige auf Facebook.....	253
Ihr Produkt im Regal beim größten Einzelhändler im Internet!.....	265
Mit No-Budget Dienstleistungen und Handwerksarbeit verkaufen .....	272
<b>15. No-Budget Kommunikation – Bloggen Sie schon? ....</b>	<b>281</b>
Was sind Businessblogs? .....	281
Wie funktionieren Blogs?.....	282
Die wichtigsten Punkte für Newsletter .....	287
Vor- und Nachteile von E-Mail-Marketing.....	293
<b>16. No-Budget-Marketing: Turbo-online-PR .....</b>	<b>295</b>
Themenfindung in der PR.....	305
Aufbau einer Nachricht .....	317
<b>17. Schaufenster &amp; POS .....</b>	<b>327</b>
Die wichtigsten Punkte für die Gestaltung von Low-Budget-Schaufenstern .....	329

<b>18. Kooperationen .....</b>	<b>337</b>
Artikel – Vorträge – Seminare –	
Innovationskooperationen .....	337
<b>19. Die weltbeste und die zweitbeste No-Budget-</b>	
<b>Kampagne.....</b>	<b>349</b>
1. Mit einer »wilden« Aktion in die Presse kommen .....	349
2. Mit einer »wilden« Aktion die Kunden locken.....	349
<b>Danksagung .....</b>	<b>351</b>
<b>Weitere Bücher von Alois Gmeiner.....</b>	<b>353</b>
<b>Stichwortverzeichnis.....</b>	<b>355</b>