
Inhaltsverzeichnis

| | |
|--|-----------|
| Vorwort | 9 |
| 1 Werbung, PR – was genau ist das eigentlich? | 11 |
| 1.1 Leistung dem Kunden kommunizieren | 11 |
| 1.2 Unterschiedliche Unternehmen, unterschiedliche Werbung? | 13 |
| 1.3 Erfolg kontrollieren | 14 |
| 2 Zielgerichtet werben: den Kunden im Auge haben | 15 |
| 2.1 Sie können nicht jeden bedienen | 15 |
| 2.2 So finden Sie Ihre Zielgruppe | 17 |
| 2.3 Die Werbeaktivitäten abstimmen | 21 |
| 2.4 Die Kunden befragen | 23 |
| 2.5 Zielgruppenfindung prüfen | 24 |
| 2.6 Welche Botschaft erwartet Ihre Zielgruppe? | 25 |
| 2.7 Was können Sie? Was wollen Ihre Kunden? | 28 |
| 3 Preiswerte Werbung zu jedem Anlass | 31 |
| 3.1 Neu im Geschäft: die Eröffnungswerbung | 32 |
| 3.2 Nicht in Vergessenheit geraten: die Erinnerungswerbung | 37 |
| 3.3 Interne Anlässe nutzen | 39 |
| 3.4 Externe Anlässe nutzen | 40 |
| 4 Auch Sie haben Geld für Werbung! | 43 |
| 4.1 Präsentieren Sie sich werbewirksam | 43 |
| 4.2 Werbekostenzuschüsse – auch für Ihre Lieferanten von Vorteil | 51 |
| 4.3 Werbepreise sind verhandelbar: gute Argumente für geringere Kosten | 55 |
| 4.4 Geteilte Werbung, günstigere Werbung | 59 |
| 4.5 Bei der Werbung selbst sparen | 62 |
| 5 Das richtige Medium: Anzeige, Flyer und Verwandte | 67 |
| 5.1 Große Werbung auch für Kleine? | 67 |
| 5.2 Bewährt und erfolgreich: die Anzeigenwerbung | 71 |
| 5.3 Die Menge macht's: Flyer und Kataloge | 84 |
| 5.4 Plakate und Fahrzeugwerbung: Außenwerbung an unerwarteten Orten | 92 |

Inhaltsverzeichnis

| | | |
|------------------------------|--|------------|
| 5.5 | Dahin gehen, wo der Kunde sucht: Messen | 95 |
| 5.6 | Erfolgreich werben im Internet | 111 |
| 5.7 | So erhalten Sie positive Ergebnisse bei der Direktansprache | 122 |
| 5.8 | Übersicht: Welches Medium wofür? | 131 |
| 6 | Die (fast) kostenlose Werbung: PR | 135 |
| 6.1 | Wie wenig kostet PR-Werbung? | 136 |
| 6.2 | Eigentlich selbstverständlich: Corporate Identity | 138 |
| 6.3 | Sponsoring: wirksam auch für Kleinunternehmen | 141 |
| 6.4 | Erfolgreiche Events richtig organisieren | 143 |
| 6.5 | Lassen Sie Ihre Kunden werben | 145 |
| 6.6 | Mit PR auch langfristig erfolgreich sein | 147 |
| 7 | Holen Sie sich Hilfe: Partner für Werbung und PR | 149 |
| 7.1 | Profis kosten Geld und liefern Erfolg | 149 |
| 7.2 | Werbetexter und Designer, Spezialisten außerhalb der Agentur | 151 |
| 7.3 | Webdesigner müssen sein | 152 |
| 7.4 | Verkäufer von Werbeplatz | 153 |
| 7.5 | Lieferanten-Know-how nicht nur für das Produkt | 153 |
| 8 | Die Macht der Wiederholung | 155 |
| 8.1 | Erfolg gehabt? | 155 |
| 8.2 | Vergleichbare und ergänzende Maßnahmen | 156 |
| 8.3 | Auch preiswerte Werbung muss budgetiert werden | 157 |
| Der Autor | | 161 |
| Abbildungsverzeichnis | | 163 |
| Stichwortverzeichnis | | 165 |