

---

## Inhalt

<b>Vorwort.....</b>	<b>7</b>
<b>1 Marketing ohne Zauberei – mit den richtigen Rezepten Wettbewerbsvorteile erzielen.....</b>	<b>9</b>
1.1 Erfolgsrezepte: Unternehmerpersönlichkeit und Marketingeinstellung.....	10
1.2 Erfolgsrezepte: Strategie und Profilierung.....	12
1.3 Erfolgsrezepte: Attraktive Angebote und Kundenbegeisterung.....	16
<b>2 Optimale Startposition – einen Marketingplan entwickeln .....</b>	<b>25</b>
2.1 Keine Schönfärberei: Alles beginnt mit der Analyse .....	26
2.1.1 Markt und Mitbewerber beurteilen .....	28
2.1.2 Markt-/Kundensegmente festlegen .....	40
2.1.3 Bestandsaufnahme des Unternehmens durchführen.....	42
2.2 Nach der Analyse: Schritt für Schritt zum Marketingkonzept.....	49
2.2.1 Marketingziele, Positionierung und Marketingstrategien erarbeiten.....	49
2.2.2 Maßnahmen, Budget und Kontrollinstrumente festlegen...	61
2.3 Marketingplan schriftlich: kurz, kompakt und verständlich .....	73
<b>3 Trotz dünner Briefftasche – mit regionalem Marketing Kunden gewinnen und halten.....</b>	<b>79</b>
3.1 Klassische Maßnahmen: effektive Vermittlung von Besonderheiten.....	79
3.1.1 Sich durch Pressemitteilungen ins Gespräch bringen .....	80
3.1.2 Mit Veranstaltungen und Vorträgen Kunden binden .....	84
3.1.3 Sponsoring zum Imageaufbau nutzen .....	90
3.1.4 Mit Prospekt, Anzeigen und Mailings Vorteile verkaufen..	92
3.2 Unkonventionelle Wege: Markterfolg durch persönliche Kontakte .....	100
3.2.1 Durch Netzwerke Geschäftsbeziehungen erweitern .....	100
3.2.2 Durch Kooperationen zusätzliche Aufträge akquirieren ..	102
3.2.3 Über Empfehlungen Kunden zu Verkäufern machen .....	104

3.3	Online-Instrumente: gezielter Kundendialog vor Ort.....	106
3.3.1	Internetseite und Online-Shop nutzerorientiert gestalten.	107
3.3.2	Durch Suchmaschinenoptimierung und Anzeigen besser gefunden werden .....	111
3.3.3	Sich mit Online-PR als Experte positionieren .....	113
3.3.4	Per E-Mail Kunden gewinnen und halten .....	117
3.3.5	Nutzen von sozialen Netzwerken für die Kommunikation prüfen .....	123
<b>4</b>	<b>Cleverness spart Zeit und Geld – knappe Ressourcen effizient nutzen .....</b>	<b>131</b>
4.1	Geld richtig investiert: Kommunikationserfolg durch Profis.....	131
4.1.1	Den passenden Dienstleister auswählen .....	132
4.1.2	Aussagekräftiges Briefing vorbereiten.....	134
4.2	Viele Kostenfallen: Kommunikationsmaßnahmen auf dem Prüfstand .....	136
4.2.1	Einsparmöglichkeiten erkennen und umsetzen .....	136
4.3	Zeit ist Geld: auf Augenhöhe mit Dienstleistern.....	143
4.3.1	Gestaltungsvorschläge besser beurteilen .....	143
<b>5</b>	<b>Kompetente Unterstützung – von Marketingberatung wirklich profitieren.....</b>	<b>151</b>
5.1	Falsche Vorstellungen: Zum Beratungserfolg gehören zwei .....	152
5.1.1	Typische Stolpersteine vermeiden.....	153
5.2	Marketingberatung hinter den Kulissen: Erfolgsfaktoren .....	154
5.2.1	Den Beratungsprozess professionell gestalten .....	154
5.3	Der Dienstleister: Was einen guten Marketingberater ausmacht.	160
5.3.1	Qualitäten und Fähigkeiten beurteilen .....	160
5.4	Auch für Kleinunternehmer: Marketingberatung mit großer Wirkung .....	164
<b>6</b>	<b>Marketing in der Zukunft – bekannte Konzepte und neue Herausforderungen .....</b>	<b>169</b>
	<b>Der Autor .....</b>	<b>173</b>