

Inhalt

Ich lebe von No-Budget-Marketing – und Sie?	9
Dieses Buch ist eine Lüge	13
1. Low-Budget oder No-Budget?!	17
Der verflixte »moderne Konsument«.....	18
Die 7 wichtigsten Weisheiten des No-Budget-Marketings!	23
2. Die Ist-Analyse	35
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
3. Die Soll-Analyse	61
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
4. Das Logo – das Firmenzeichen.....	79
Die wichtigsten Punkte für die Low-Budget-	
Logogestaltung.....	82
Die Schrift im Logo.....	85

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

12. No-Budget – Internet und Webseiten	177
Die beste Homepage-Software?	178
Der Inhalt entscheidet	185
13. Google-Ads – die Werberevolution.....	191
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
14. Alternativen zu Google.....	253
Ihre Anzeige auf Facebook.....	253
Ihr Produkt im Regal beim größten Einzelhändler im Internet!.....	265
Mit No-Budget Dienstleistungen und Handwerksarbeit verkaufen	272
15. No-Budget Kommunikation – Bloggen Sie schon?	281
Was sind Businessblogs?	281
Wie funktionieren Blogs?.....	282
Die wichtigsten Punkte für Newsletter	287
Vor- und Nachteile von E-Mail-Marketing.....	293
16. No-Budget-Marketing: Turbo-online-PR	295
Themenfindung in der PR.....	305
Aufbau einer Nachricht	317
17. Schaufenster & POS	327
Die wichtigsten Punkte für die Gestaltung von Low-Budget-Schaufenstern	329

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