

Inhalt

Vorwort	6
1. Das Konzept für Ihre Marketing-Kooperationen	9
Vorteile von Marketing-Kooperationen	10
Zeitpunkte und Arten von Marketing-Kooperationen	13
Die konkrete Zielsetzung	22
2. Der Power-Partner: Wer passt?	29
Den passenden Power-Partner finden	30
Kriterien für die Auswahl	34
Das NEER-Konzept	37
3. Vorteilsideen entwickeln	43
Das Nutzenquadrat	44
Vorteilsideen für den Kooperationspartner	47
Vorteilsideen für die Kunden	53
4. Die erfolgreiche Suche nach dem Power-Partner	57
Die Suche nach dem richtigen Kooperationspartner	58
Das Internet sinnvoll für die Suche nutzen	60
Ihre erste Kontaktaufnahme	66

5. Vereinbarung und Erfolgskontrolle	73
Wichtige Punkte bei einer Vereinbarung	74
Verhandlungstaktiken	78
War Ihre Kooperation erfolgreich?	80
 Fast Reader	 85
 Der Autor	 92
 Weiterführende Literatur	 93
 Register	 94