

# Inhalt

Vorwort der Herausgeber .....	7
Zur Einführung .....	9
<b>1 Marketing in Buchverlagen .....</b>	<b>13</b>
<b>1.1 Kundenwünsche, Kundennutzen und Kundenbindung .....</b>	<b>13</b>
<b>1.2 Zielgruppenbestimmung und Marktsegmentierung .....</b>	<b>18</b>
<b>1.3 Der Buchmarketing-Mix .....</b>	<b>20</b>
<b>2 Der Verlag als Marke .....</b>	<b>27</b>
<b>2.1 Markenpolitik für Verlage .....</b>	<b>27</b>
<b>2.2 Markenführung und Benchmarking .....</b>	<b>29</b>
<b>2.3 Beispiele erfolgreicher Verlagsmarken .....</b>	<b>31</b>
<b>2.4 Corporate Identity und Corporate Design .....</b>	<b>33</b>
<b>3 Handelsmarketing .....</b>	<b>41</b>
<b>3.1 Vertreterkonferenz .....</b>	<b>42</b>
<b>3.2 Verlagsvorschau .....</b>	<b>46</b>
<b>3.3 Promotion Packages und Leseexemplare .....</b>	<b>56</b>
<b>3.4 Erstverkaufstag .....</b>	<b>61</b>
<b>3.5 Handelswerbung .....</b>	<b>66</b>
<b>3.6 Verkaufshilfen für den PoS .....</b>	<b>80</b>
<b>4 Produktmarketing .....</b>	<b>83</b>
<b>4.1 Das besondere Buch .....</b>	<b>83</b>
<b>4.2 Der Buchumschlag .....</b>	<b>90</b>
<b>4.3 Die Paratexte .....</b>	<b>100</b>

<b>5</b>	<b>Endkundenmarketing</b>	107
5.1	Anzeigenwerbung .....	108
5.2	Direktmarketing .....	109
5.3	PoS-Marketing der Verlage .....	110
5.4	Marketing des Sortimentsbuchhandels .....	115
5.5	Das Buch als Werbeträger .....	124
5.6	Merchandising .....	128
5.7	Kooperationsmarketing .....	132
<b>6</b>	<b>Online-Marketing</b>	137
6.1	Kundenbindung im Internet .....	138
6.2	Digitale Werbeformen .....	142
6.3	Social-Media-Marketing .....	147
#	<b>Spotlights</b> .....	153
<b>Namensregister</b> .....		156
<b>Sachregister</b> .....		158