

INHALT

Einleitung	7
Ich bin im Marketingdschungel gelandet!	13
Warum sollten Sie dieses Buch lesen?	18
Spinnen denn alle???	22
Klassisches Marketing ist OUT – warum eigentlich?	25
Legen Sie den Grundstein für CROSSOVER- MARKETING	37
Sie kennen Ihre Kunden! Wirklich?	39
Was macht Ihre Firma?	
In 30 Sekunden – und ... los!	46
Die Königsfrage:	
Welchen Nutzen hat Ihr Produkt?	53
Auf Ihrer Internetseite liegt die letzte Änderung nicht drei Jahre zurück.	63
Ihre Firmenpräsentation löst bei Ihren Zuhörern keine Fluchtreaktion aus.	74
Es besteht ein Unterschied zwischen Ihren Broschüren und dem Pizza-Flyer	83
Super Vision, glasklare Strategie !! Und Sie sind der arme Teufel, der das umsetzen darf.	91
Bereit für Social Media mit CROSSOVER- MARKETING? Sie sind schon mittendrin!	103
Facebook beendet die Einbahnstraßen- Kommunikation	105
Youtube sagt mehr als 1000 Worte	110

Blogger sind die neuen Sternchen.	113
Flickr, Twitter und wie sie alle heißen	117
Fotodatenbanken ersetzen jede	
Werbeagentur – oder?!.	120
Im Einklang: Unternehmenssituation und	
Social-Media-Kanal	125
Fluch oder Segen – Facebook kennt jeder!	135
Facebook – warum um alles in der Welt sollten	
wir eine Facebook-Seite haben?.	142
Posten ist ein bisschen wie beim ersten Date –	
da zeigen Sie ja auch nicht Ihre Falten!.	150
Facebook-Kommentare: Würden Sie Ihrem	
Lebenspartner den Mund verbieten?	155
Newsletter: Hype, Notwendigkeit oder	
»Ich kann's nicht mehr hören!«.	161
Sie wollen Star auf Youtube werden – genau wie	
Millionen von Videoproduzenten	169
Tutorials mit einer Spielzeit von zehn Minuten	
sind für die Tonne	175
Machen Sie sich nicht lächerlich – und Ihr	
Unternehmen auch nicht!.	180
Videos sind wie Lakritze – entweder Sie lieben	
oder Sie hassen sie!.	185
Sie haben ein tolles Video – und wen juckt's?	189

Pressearbeit: Sie sind gut, wissen das auch die anderen?	193
Die Presse kommt zu mir – wie lange muss ich noch warten?	199
Das Ding mit den Success Stories – wenn andere gut über die Firma reden.	204
Schubkraft für Ihre öffentliche Bekanntheit: Onlinemagazine	209
Sind Webinare die neuen Tupperpartys fürs Büro?	213
Brand Content – die Marke als mediales Ereignis	223
Wie schnell führt CROSSOVER-MARKETING zum Erfolg? Wie können kleinere und mittlere Unternehmen profitieren?	231
Nachwort zu meinem Chef: Er und ich sind soooo dicke miteinander	235
Nachwort: Leben Sie CROSSOVER-MARKETING mit Motivation und Freude	237