

Inhaltsverzeichnis

1 Corporate Books funktionieren anders als Werbung	1
2 Industrie-Unternehmen publizieren ihre Geschichte(n)	5
2.1 History-Marketing: Geschichte wird lebendig	5
2.2 Vier verschiedene Genres kommen infrage	6
2.3 Schöpfen Sie die Themenvielfalt aus	9
2.4 Ein No-Go: das Buch als getarnte XXL-Werbebrochure	10
3 Dienstleister publizieren Expertenwissen	11
3.1 Content-Marketing hilft beim Vertrauensaufbau	11
3.2 Akquisewirkung von Corporate Books wissenschaftlich belegt ...	12
3.3 Das Genre richtet sich nach den Leserinteressen	13
3.4 Die No-Gos: wann Bücher kontraproduktiv sind	16
4 Die strategische Planung: Ihr Projekt gekonnt einfädeln	19
4.1 Die wichtigste Entscheidung: make or buy?	19
4.2 Professionelles Publikationsmanagement	25
4.3 Das Konzept – der Masterplan für Ihr Buch	25
4.4 Die Projektplanung	32
5 Die Umsetzung: Ihr Buch entsteht	37
5.1 Der Buchinhalt	37
5.2 Die Produktion	39
5.3 Die Vermarktung	42
Literatur	49