

# Stichwortverzeichnis

## A

A/B-Test 119, 258, 261, 272  
Direktmarketingkampagne  
150  
ABM 72, 373  
Cross-Selling 72  
Up-Selling 72  
ABM-Aktivität  
Beurteilungen oder Audits  
373  
Kontoüberprüfungen 373  
maßgeschneiderte  
Angebote 373  
Absatzmittler  
Anzahl beschränken 354  
Account Based Marketing.  
*siehe* ABM  
Adressenliste  
testen 151  
Akquisitionskosten  
Gemeinschaften nutzen 323  
und Customer Lifetime  
Value 363  
Alleinstellungsmerkmal 52  
emotionales. *siehe* ESP  
Amazon  
hochwertige Produktbilder  
349  
Kundenrezensionen 350  
Prime-Programm 349  
SEO 348  
Sofort-Kaufen-Schaltfläche  
349  
Analogie  
mit Bedacht einsetzen 194  
Angst  
etwas zu verpassen. *siehe*  
FOMO  
Angstkaufverhalten 43–44  
Anzeigenplatzierung  
digitale 198  
App-Werbeplattform  
Reichweite 232  
Aufmerksamkeit  
Content-Marketing 156

digitale Bannerwerbung  
234, 237  
dramatisieren 169  
ehrliche Klickköder 166  
emotionale Reaktion  
auslösen 169  
Kreativelemente 176  
Leitfragen 182  
Printanzeige 239  
überraschen 169  
Aufmerksamkeitsspanne 23  
Augmented Reality 357  
Apps 357  
Regalwerbung 356  
Auslöser  
emotionaler 163, 262

## B

B2B  
Customer Lifetime  
Value 363  
emotionale Verkaufsargu-  
mente 367  
Facebook 224  
Kundenakquise und  
-bindung 360  
Kundentreue 365  
LinkedIn-Kundenakquise  
362  
LinkedIn-Werbung  
229  
Marketing 116  
Treueprogramm 366  
Veranstaltungen 328  
Vertriebsstrategie 351  
B2B-Kunde  
Einfluss von Werten 50  
B2B-Treueprogramm  
Entscheidungshilfen 366  
exklusive Dienstleistungen  
366  
B2C  
Customer Lifetime Value  
363  
Facebook 224

Babyboomer 33  
Backlink  
Community 307  
eigene Inhalte verlinken  
306  
Inhalte teilen 306  
Pressemitteilungen 306  
teilenswerte Inhalte  
erstellen 306  
Bannerwerbung  
Aussagekraft 235  
digitale 234  
Dringlichkeit 238  
horizontale 235  
Preise 235  
Tipps 237  
Websiteverweis 235  
Beratungsverkauf 371  
Ablauf 372  
lebenslange  
Kundenbetreuung 373  
Tipps 372  
Bestätigung  
soziale 59  
Bestseller  
Ausstiegsstrategie planen 93  
Bewertung  
negative 384  
Bild  
emotionale Reaktion 175  
Bildüberlegenheitseffekt 175  
Blog  
Beiträge taggen 309  
sich als Fachautorität  
positionieren 309  
Branchenveröffentlichung  
gesponserte Inhalte 238  
Bundesdatenschutzgesetz  
(BDSG) 266

## C

C2C  
Empfehlungsmarketing  
322  
Marketing 322

- Clickbaits. *siehe* Klickköder
- CLV 257, 359
  - abschöpfen 363
  - berechnen 363
  - Berechnungsformel wählen 364
  - einfache Berechnung 363
  - komplexe Berechnung 364
  - Kundenakquise 257
  - wissenschaftliche Berechnung 364
- Community 77, 80
  - App 79
  - Dialoge fortführen 77
  - Forum 78
  - Marken-Community 80
  - Offline-Community 77
  - Online-Community 77
  - positive Interaktionen 78
  - Qualität der Mitglieder 78
- Content-Marketing 79, 156
  - Aufmerksamkeit erregen 169
  - Beiträge aufteilen 162
  - Beziehungsaufbau 160
  - Blog und Website erwähnen 162
  - Botschaften wiederholen 169
  - CSR 164
  - Einprägsamkeit 169
  - emotionale Auslöser 163
  - geduldig aufbauen 172
  - gesponserte Inhalte 233
  - Handlungsaufwurf 163
  - Inbound-Marketing 158
  - Influencer-Marketing 159
  - Inhaltsformen 158
  - Kampagne 157
  - Kanalwahl 158
  - Kreativplan 177
  - Marketinginhalte 157
  - Mehrwert 163
  - mögliche Kanäle 158
  - Multikanalinhalt verwalten 221
  - Nachrichtenmedien 162
  - neue Medienanbieter 162
  - Öffentlichkeitsarbeit 157
  - Pay-per-Click-Werbung 157
- Positionierungsstrategie 163
- Presseveröffentlichungen 162
- Professionalität 171
- regelmäßige Veröffentlichungen 161
- Relevanz 158
- Schreibtips 164
- soziale Medien 157, 162
- Suchmaschinenoptimierung 157
- Themenkalender 161
- Ziele 156
- Content-Marketingplan
  - Facebook 199
  - Marketing kommunikations-Audit 160
  - Quantität und Qualität 161
- Corporate Social Responsibility. *siehe* CSR
- Covid-19-Pandemie
  - Angstkäufe 43
  - Kaufverhalten 74
  - verändertes Kaufverhalten 30
- CPL 130
- CRM 384
  - A/B-Tests 119
  - analytische Funktionen 258
  - Datenfelder 258
  - Direktmarketing 251, 253
  - Engagement 258
  - kontobasiertes Marketing 72
  - Kunden befragen 119
  - Kundendaten organisieren 257
  - Live-Chat 70, 75
  - Net Promoter Score 111
  - Verkaufstrichtervorlage 370
- CRM-Plattform
  - Facebook-Werbung 226
  - Leads 362
  - Live-Chat 341
- CRM-System
  - Automatisierung 260
  - beliebte Systeme 260
  - Benutzerfreundlichkeit 259
- Integration 259
- Kundenservice 259
- Merkmale 259
- CSR 143, 211
  - Aktionen 144
  - Aktivitäten 144
  - gemeinnützige Organisationen 331
  - zweckbezogene Marketingkampagne 330
  - zweckbezogene Veranstaltungen 330
- CTR
  - Bannerwerbung 234
  - Retargeting 236
- Customer Journey 24, 38, 68
  - Berührungspunkte 39, 79, 367
  - Bestätigung 39
  - emotionale Bindung 39–40
  - Evaluation 39
  - Kundenerlebnis 69
  - Loyalität 39
  - Marktrecherche 38
  - planen 81
  - Probe/Kauf 39
  - Problemerkennung 38
  - Zufriedenheit abfragen 80
- Customer Lifetime Value. *siehe* CLV
- Customer Relationship Management. *siehe* CRM
- D**
- Daten
  - Einzelhandel 257
  - sammeln 264
- Datenbank
  - Direktmarketing 254
  - effektive 254
- Digital-Asset-Management-Plattform
  - Kreativelemente verwalten 190
- Direktmarketing 251
  - adressierte Werbesendungen 253
  - aktuell halten 274
  - B2B 256
  - Beispielkampagne 264
  - Berührungspunkte 270

CRM 253  
 Datenbank 254, 257, 267  
 Datengrundlage 254  
 Datenstrategie 256  
 E-Mail 252  
 E-Mail-Kampagnen 268  
 Erfolg testen 254  
 ESP 260  
 Handlungsaufwurf 263  
 Handy 252  
 Kampagnen testen 261  
 Kampagnenelemente 262  
 Kundenprofile 255  
 Kundensegmentierung 254  
 Liste kaufen 256  
 Listen ausbauen 255  
 Marktforschung 265  
 Metriken 254  
 personalisierte E-Mails 270  
 Personalisierung 254  
 Reaktionen nachverfolgen 264  
 Rücklaufquote 264  
 Senderbewertung 255  
 Telefonmarketing 273  
 testen 271  
 Testvariablen 271  
 Textqualität 261  
 zielführende Prozesse 264  
 Direktmarketing-Test  
 Ergebnisse dokumentieren 272  
 Metriken festlegen 272  
 Testziele festlegen 272  
 Variablen begrenzen 272  
 Direktwerbung  
 Besucherverkehr 356  
 Drucksachen 270  
 Rücklaufquoten 238  
 Display-Werbung  
 Besucherverkehr 356  
 Dreieck  
 goldenes 189  
 Drucksache  
 Angebotsumschlag 270  
 kreativer Umschlag 270  
 Lockumschlag 270  
 Tarnumschlag 270  
 Drucksache  
 Einlage 271

**E**

eBay  
 Aufmerksamkeit erregen 348  
 Keyword-Spamming 348  
 kostenloser Versand 348  
 Topverkäufer 348  
 wichtige Aspekte 347  
 E-Commerce 75  
 Amazon 344, 348  
 eBay 344, 347  
 Einstieg 339  
 Kaufabbrüche 341  
 Konversionsraten 341  
 Live-Chat 75  
 Plattformen nutzen 344  
 Umsatz steigern 342  
 Wachstum 31  
 Warenkorb-Abschlussquote 342  
 Website-Baukästen 345  
 E-Commerce-Plattform 345  
 Einzelhandel  
 Displayort 351  
 Regalstrategie 352  
 Einzelhandelsstrategie 354  
 Atmosphäre 354  
 Augmented Reality 356  
 Displaystrategie 356  
 Erlebnisse bieten 355  
 Kundenbeteiligung  
 verbessern 356  
 lokale Kultur widerspiegeln 355  
 Point-of-Sale-Werbung 355  
 E-Mail-Kampagne  
 Effektivität 268  
 Engagementrate 268  
 Erfolgsschlüssel 269  
 Vorteile 268  
 E-Mail-Liste  
 Co-op-Datenbank 266  
 Datenschutz 267  
 ISP-Tracking 267  
 kaufen 266  
 E-Mail-Marketing  
 Sequenzen 269  
 Trigger-E-Mails 269  
 Empfehlungsmarketing 323  
 Belohnungen 323  
 Kosten pro Akquisition 92

## Erfolgsmessung

Aquisitionskosten kennen 389  
 Benchmarks 389  
 Customer Lifetime Value 389  
 Dashboard-Falle 390  
 datengestützte Schätzungen 390  
 Kennzahlen verknüpfen 388  
 Marketingtrichter 390  
 Prioritäten setzen 388  
 Ziele festlegen 388  
 Ziel-ROI 389  
 ESG 46, 62  
 Standards 30  
 Verbrauchererwartungen 33  
 Vertrauen 36  
 ESP 52, 61, 265, 367, 375  
 Ängste und Freuden 55  
 entwickeln 63  
 ESP-Raster 63, 65  
 Kundensegmentierung 260  
 Segmentierung 63  
 Überlebensfähigkeit 53  
 Verkaufsprozess 367  
 Wachstum 97  
 Zusammenarbeit 143

**F**

Facebook  
 aussagekräftige Kommunikation 199  
 Erkenntnisse gewinnen 201  
 Interaktion mit Verbrauchern 202  
 Kundenbeziehungen  
 aufbauen 202  
 Markenimage ausbauen 200  
 Marketingplan entwickeln 199  
 Optionen für Werbeanzeigen 226  
 Umfrage-App 201  
 wahrgenommen werden 224  
 Werbeanzeigen 225

- Facebook-Inhalt
  - auf Website weiterleiten 203
  - Hashtags nutzen 203
  - kurz fassen 203
  - Tipps geben 203
  - zum Dialog einladen 203
- Facebook-Marketing
  - Facebook-Seite 200
  - Fragen stellen 201
  - Geschichten erzählen 202
  - Kennzahlen 200
  - Kommunikation 200
  - Leads generieren 202
  - Ziele 200
  - zur Interaktion einladen 202
  - Zweck 199
- Facebook-Seite
  - Abonnenten gewinnen 200
  - E-Mail-Kampagne 200
  - kontinuierlich überwachen 203
  - Seitenstatistiken 201
- Facebook-Werbung
  - automatische Anzeigen-schaltung 226
  - Budget festlegen 226
  - Format wählen 227
  - publikumsspezifisch werben 227
  - Zielgruppe 225
  - Zweck 225
- Fachkompetenz
  - Branchennachrichten verfolgen 369
  - erwerben 369
  - Profilierung durch Vorträge 370
- Farbe
  - Bedeutung 180
  - emotionale Reaktion 175
  - Farbpsychologie 179
  - Stimmung und Wahrnehmung 179–180
  - Verbraucherwahrnehmung 181
- Farbpsychologie 179–180
- Feedback
  - Livemarketing 324
- Fernsehen
  - lineares 241
  - Streaming-Fernsehen 241
- Fernsehwerbung
  - Kosten 242
  - Lokalfernsehen 242
  - TKP 243
  - Werbeinseln 242
  - Zuschauerreichweite 242
- Finanzierung
  - Gewinnspanne 128
  - Marketing 128
- Fixed Mindset 98
- FOMO 262
- G**
  - Gamification 41
  - Generation X 33
  - Generation Y 33
  - Generation Z 34
  - Geschäftsplan 123
  - Give-away-Marketing 218
    - Dopamin 218
    - immaterielle Belohnungen 219
    - Loyalität 220
    - Spiele 220
  - Goldenes Dreieck 189
    - Websitegestaltung 289
  - Google Ads 340, 342
    - Anzeigenformate 311
    - Anzeigentext 313
    - Gebiet festlegen 312
    - Gebotabgabe 312
    - Kampagne einrichten 311
    - Kampagne überprüfen 314
    - Kampagnenelemente 311
    - Keywords eingeben 312
    - Konto einrichten 310
    - Konversionsziel 312
    - SEO optimieren 310
    - Zielgruppensegmente 313
  - Google Analytics 291
  - Google-Analytics-Dashboard
    - SEO 302
    - Website-KPIs 291
  - Google My Business
    - Business Profil Manager 315
  - Google Maps 315
  - Konto erstellen 315
  - markante Botschaft 315
  - Unternehmensprofil 316
  - Unternehmensprofil erstellen 315
- Growth-Mindset 98
  - Resilienz 98
- H**
  - Handelsvertreter 377
    - finden 378
    - managen 379
  - Handlungsaufwurf
    - Content-Marketing 163
    - Direktmarketing 263
    - Website 276
  - Handlungsplan
    - Finanzierung 128
    - Markteinführungsplan 127
  - Hootsuite 208
- I**
  - In-App-Werbung 231
    - sorgfältig planen 231
    - Werbepattformen 231
  - Inbound-Marketing
    - Content-Marketing 158
  - Influencer 155
    - Typen 145
    - Verbrauchereinschätzung 145
    - zielgruppenrelevanter 159
  - Influencer-Marketing 34, 98, 159
  - Informationsbroschüre 163
  - Inhalt
    - gesponserter 233
  - Instabilität
    - wirtschaftliche 32
  - Instagram 34
  - Instagram-Marketing 204
    - Bilder und Videos 204
    - Wettbewerbe 218
  - Interaktion
    - Give-away-Marketing 218
  - Interaktivität
    - Diashows 282
    - Live-Chat 283
    - Marken-Community 283
    - nützliche Tools 282
    - Videos 282
  - Internethandelsplattform
    - Amazon 347
    - eBay 347
  - Internetpräsenz
    - ähnliche Domains registrieren 287

Internetsuche  
 Google Ads 302  
 wie Google sucht 302

## K

Kanal  
 digitaler 198  
 Kaufentscheidung  
 affektive Systeme 56  
 Anreize 80  
 Auslöser 261  
 Emotionen 31, 52  
 empirische Beweise 48  
 Faktoren 43  
 Glücksgefühl 61  
 Knappheit 60  
 Neurotransmitter 51  
 Persönlichkeitstheorie  
 (Freud) 57  
 Persönlichkeitstheorie  
 (Jung) 57  
 Risiko vermeiden 53  
 Schemata 48  
 soziale Bestätigung 59  
 Überlebensfähigkeit 53  
 Überlebensinstinkt 55  
 Überlegenheitsgefühl 54  
 Unsicherheit 45  
 validieren 80  
 Kaufverhalten  
 Unterbewusstsein 47  
 Kaufvorgang  
 abgebrochener 269  
 Kaufzyklus 38  
 Keyword  
 genau passend 304  
 Kategorien 303  
 Long-Tail-Keywords 304  
 passende Wortgruppe 304  
 von Mitbewerbern  
 analysieren 305  
 weitgehend passend 304  
 KI 31, 68  
 Chatbot 71  
 Verwendung im Marketing  
 71  
 Klickköder  
 ehrlicher 166  
 irreführender versus  
 sinnvoller 183  
 Kommunikation  
 digitale 198

Investoren 127  
 Kommunikationsplan 127  
 Konkurrenz  
 Finanzen 142  
 Preise 142  
 Produkte 142  
 Schlüsselpersonal 142  
 Unternehmen 142  
 Versprechungen 142  
 Werbeaktionen 142  
 Konsumverhalten  
 neue Ära 32  
 Konversionsrate 25, 308  
 Kosten pro Lead. *siehe* CPL  
 KPI  
 festlegen 136  
 überwachen 137  
 Kreativ-Briefing 186  
 Einschränkungen 189  
 emotionale Faktoren 187  
 Farben 188  
 goldenes Dreieck 188  
 Grafikstandards-Leitfaden  
 189  
 Inhaltsanpassung 190  
 kanalübergreifende  
 Ausführung 189  
 Kreativelementverwaltung  
 190  
 Kundenakquise 186  
 Kundenbindung 186  
 Kundenprofil 187  
 Markenpersönlichkeit 187  
 Marken-Styleguide 189  
 Markenwert 186  
 Produkt- und  
 Markenversprechen 186  
 Tonalität 187  
 Wunschsönlichkeit  
 188  
 Ziele 186  
 Kreativelement  
 Automatisierung 190  
 Bild 175  
 Farbe 175  
 Farbpsychologie 179  
 Inspiration und Feedback  
 185  
 Kreativitäts-Audit 176  
 Vertrauen und Zugehörig-  
 keit schaffen 184  
 Kreativität

Analogien und Metaphern  
 193  
 anregen 191  
 Aufmerksamkeit erregen  
 195  
 komödiantische Perspektive  
 192  
 Pass-along 194  
 Perspektive eines Promi-  
 nenten einnehmen 192  
 Reimwörter 195  
 sehr großformatige  
 Botschaft 192  
 sehr kleinformatige  
 Botschaft 192  
 Wunschdenken 193  
 Kreativitätsstrategie 178, 186  
 Kreativplan  
 Designelemente bestimmen  
 175  
 grafische Standards 182  
 Konkurrenten analysieren  
 177  
 Kreativ-Briefing 186  
 Markenikonologie 181  
 Marktsegment beachten  
 178  
 nachhaltige  
 Markenidentität 184  
 Quellen für kreative Ideen  
 178  
 Schriftarten 182  
 Status quo hinterfragen  
 177  
 Strategie bestimmen 177  
 Werte 178  
 wirkungsvolle Wortwahl  
 182  
 Kunde  
 Kaufmotive 354  
 unzufriedener 376  
 Kundenabwanderung 366  
 verringern 322  
 gering halten 373  
 Kundenabwanderungsrate  
 ermitteln 366  
 Kundenakquise 360  
 E-Mails 361  
 Geduld 361  
 Leads 360  
 LinkedIn 362  
 Listen kaufen 362

- Sales-Intelligence-Software 362
  - Telefonanrufe 360
  - Tools 361
  - Veranstaltungen 361
  - Website-
    - Besucheridentifizierung 361
  - Kundenbeirat 326
  - Kundenbeteiligung verbessern 356
  - Kundenbeziehung
    - aufbauen 35
    - gemeinsames Anliegen 37
    - lebensrelevante Informationen 37
    - pflügen 359
    - Veranstaltungen 323
  - Kundenbindung
    - Entscheidungshilfen bieten 366
    - exklusive Dienstleistungen 366
    - Kostenvorteile 365
    - Kundenservice 368
    - Kundentreueprogramm 365
    - Positionierung als Fachexperte 369
  - Kundendaten
    - CRM 257
    - kampagnenrelevante 258
    - Kategorisierung 256
    - sammeln 257
  - Kundenerlebnis 38
    - Aspekte 68
    - CRM-System 70, 72
    - digitales 198
    - Einbeziehung 68
    - emotionale Erfüllung 69
    - Forum 78
    - Gemeinschaft erleben 147
    - Interaktion 70, 146
    - KI 70–71
    - Kreativität anregen 78
    - Kundendienstprozesse 146
    - Marken-App 76
    - Marken-Community 77
    - ohne teure Technologie 72
    - personalisierte Angebote 72
    - personalisiertes 76
    - Personalisierung 73
    - persönlicher Kontakt 82
    - Spaßfaktor 41
    - Technologie anpassen 75
    - Textmarketing 76
    - Unternehmenszweck 147
    - verändertes Kaufverhalten
      - berücksichtigen 75
      - Verhalten ändern 40
      - Wertorientierung 74
      - wichtige Berührungspunkte 79
  - Kundenerlebnisstrategie 67
    - Einbeziehung des Kunden 73
  - Kundenmanagement
    - Marketinginhalte 160
  - Kundenprofil
    - emotionales Profil 187
  - Kundensegmentierung
    - Direktmarketing 254
  - Kundenservice
    - persönlicher Bezug 69
  - Kundenserviceprozess
    - Diagramm 367
  - Kundentreue
    - lebenslange 360
  - Kundentreueprogramm 365
  - Kundenumfrage
    - Antwortquoten 102
  - Kundenverhalten
    - verändern 40
  - Kundenzufriedenheit
    - Rückkehrerquote 187
  - Künstliche Intelligenz. *siehe* KI
- L**
- Landingpage
    - Absprungrate 293
    - Analyse 308
    - Google Analytics 308
    - Konversionsrate 308
    - sekundäre 308
    - Umfrage 294
    - Video 281
    - Zweck 308
  - Laufzeit
    - lange 46
  - Lead
    - ESP-Profil 371
    - gewinnen und konvertieren 360
    - nach emotionalen Auslösern sortieren 371
    - sortieren 370
  - Lebenszeitwert 23
  - LinkedIn
    - Analysen 207
    - B2B-Marketing 205
    - Beziehungen aufbauen 205
    - Gruppen 206
    - Kundenakquise 362
    - LinkedIn-Seite 205
    - Positionierung innerhalb der Branche 205
  - LinkedIn-Gruppen
    - Beteiligung ankurbeln 207
    - Tipps 206
  - LinkedIn-Seite
    - Aktualisierungen 206
    - Unternehmensinformationen 205
    - Verbindungen 205
  - LinkedIn-Werbung 229
    - Beiträge mit Mehrwert 230
    - Format auswählen 230
    - gezielt Follower auswählen 229
    - Zielgruppe 229
  - Liste
    - Datengemeinschaft 256
    - kaufen 256
  - Livemarketing
    - Abwanderungsrate 324
    - Dankeschön-Veranstaltungen 325
    - Feedback in Echtzeit 324
    - Kundenbeiräte 326
    - Mehrwert anbieten 324
    - Messen 325
    - Offlineveranstaltungen 324
    - Onlineveranstaltungen 324
    - Spendenaktionen 326
    - unterhaltsame Veranstaltung 326
    - Veranstaltungen 323
    - Workshop 326
  - Logo
    - konsistente Verwendung 185
    - Leitlinien 184
    - Nachhaltigkeit 185
    - schlicht halten 185
    - Symbolkraft 184

Loyalität 24, 29, 31, 38, 59,  
62, 67, 70, 102, 120, 218  
Community 77  
Einstellungen 31

## M

### Marke

Anliegen definieren 62  
emotionaler Nutzen 54  
gemeinschaftsbildende  
Wirkung 322  
gesellschaftliches  
Engagement 37, 330  
Haupt- und Sekundärfarbe  
181  
Ikonologie 181  
Kooperationsprogramme  
142–143  
Marken-App 76  
Sponsoring 329  
Markenbekanntheit  
Daten 139  
Experten 139  
Kundenzufriedenheit 139  
UGC-Kampagnen 168  
Marken-Community  
Nachteile 283  
Markengeschichte  
erzählen 192  
Markenidentität  
Farben 179  
Logo 184  
Markenkommunikation  
Nutzen für Verbraucher  
284  
Markenpersönlichkeit  
Farbwahl 180  
Ikonologie 185  
Markenpräsenz  
digitale 200  
Marken-Styleguide 189  
Leitfragen 189  
Markenwert  
Beständigkeit 195  
Marketing  
Ängste ansprechen 45  
Autorität nutzen 58  
Belohnungen 46  
digitales 197  
generationenspezifisches  
74  
Kaufangst mindern 45

kontobasiertes. *siehe*  
ABM  
kundenorientiertes. *siehe*  
ABM  
Musik 52  
Neurotransmitter 52  
Personalisierung 68  
Transparenz 46  
Überlebensinstinkt  
ansprechen 53  
Verantwortung 58  
Vertrauen schaffen 35  
Werte 31  
Wohlgefühl vermitteln 51  
Marketingaktivität  
Präsenz aufbauen 130  
Marketingbudget  
Einführungs- versus  
Wachstumsbudget 130  
Kosten pro Lead 129  
planen 130  
umsatzorientiert berechnen  
130  
umsatzorientiertes 129  
Marketingfehler  
Emotionen ignorieren 385  
Konflikte beilegen 386  
Kundenbeschwerden 384  
Kundenfeedback 383  
Marktposition vortäuschen  
384  
Nachlässigkeit 385  
Nichterfüllung von  
Angeboten 386  
Preiskämpfe 384  
unpersönliche Kundenbe-  
handlung 386  
unsaubere Daten 384  
Marketinginhalt 157  
Anziehungskraft 170  
überzeugender 163  
vereinfachen 192  
Marketingkampagne  
automatisierte 269  
entscheidungsrelevante  
Informationen 183  
Inhalte von Kunden 167  
Marketingkanal  
direkter 354  
Marketingkommunikation  
Botschaften 160  
Häufigkeit 160

Kosten 161  
Nutzung 161  
Zielgruppenreaktion 161  
Zweck 160  
Marketingkommunikations-  
Audit 160  
Marketingmaterial  
Farben 179  
Marketingplan  
alle Kanäle einbeziehen  
221  
Ausstiegsstrategie 123  
Bezugspunkt festlegen 148  
Budget erstellen 152  
Budget festlegen 129  
digitale Marketingtools 197  
emotionale Erfüllung 42  
Entscheidungsgrundlagen  
101  
Erfahrungen einflechten  
148  
Erträge schätzen 151  
grundlegende Fragen 122  
Handlungsplan 127  
Handlungsschritte festlegen  
150  
Handlungsschritte planen  
147  
Influencer 145  
Informationsgrundlage  
verbessern 115  
Jahresziele 123  
Kreativitätsstrategie 178  
Kunden 125  
Kundenbeteiligungspro-  
gramm 151  
Kundenbeziehungen 36  
Kundenerlebnis gestalten  
146  
Kundenprofile erstellen  
125  
Lernpläne entwickeln 150  
Marketingbudget 151  
Marktanalyse 126  
Markteinführungsplan 126  
Marktfähigkeit 123  
Marktkategorie 140  
Markttrends beobachten  
146  
Preisgestaltung 131  
Preisstrategie 127  
Produkt 123

- Projektmanagementsoftware 147
- Prozesscharakter 151
- Situationsanalyse 148
- Strategie formulieren 148
- unternehmerische Sozialverantwortung 142
- Verkaufspsychologie 63
- Vertriebskanäle 126
- Vertriebsplan 124
- Wachstum 122
- Wiederverkäufer 123
- Wirtschaftsindikatoren beobachten 151
- Zeitplan 151
- Ziele definieren 124, 148
- Marketingstrategie 149
- Marketingtechnologie
  - cloudbasierte 221
  - Innovationen im Blick behalten 221
  - Massenanpassungen 221
  - sinnvoll einsetzen 221
- Marketingtext
  - Analogien 193
  - Aufmerksamkeit gewinnen 166
  - ausgiebig überarbeiten 172
  - Fakten und Statistiken 167
  - Fragen stellen 166
  - Gefühle hervorrufen 183
  - Korrektur lesen 171
  - Kundenbewertungen 167
  - Leitfragen 182
  - Metaphern 193
  - mit Fragen beginnen 166
  - Neugier wecken 165
  - Persönlichkeit der Marke 170
  - Power Words vermeiden 170
  - Professionalität 171
  - Quellen angeben 171
  - relevantes Thema 167
  - Überzeugungskraft 170
  - umgekehrte Pyramide 165
  - Verkaufsklischees vermeiden 170
  - wirkungsvolle Wortwahl 184
  - zeigen statt erzählen 170
- Markt
  - demografische Daten 127
  - Eintrittsbarrieren 126
  - Marktschwankungen 86
  - Schlüsselindikatoren verfolgen 86
  - stagnierender oder schrumpfender 88
  - Wachstumschancen bewerten 89
  - Wachstumsindikatoren 87
  - Wachstumsrate messen 86
  - Wachstumstrends 87
- Marktanteil 94
  - Benchmark 95
  - berechnen 96
  - Kennzahlen 95
  - Positionierung 97
  - Steigerungen zuordnen 96
  - Umsatzvolumen pro Kunde 95
- Marktanteilsstrategie
  - Produktkategorie analysieren 96
  - Zeitbedarf und Risiko 96
- Marktatmosphäre
  - unsichere 45
- Markteinfluss
  - absatzrelevanter 146
  - Wirtschaftsindikatoren 146
- Markteinführungsplan 127
  - Fragen 128
- Markteinführungsstrategie
  - Betaprogramme 90
  - Crowdfunding 90
  - innovative 89
  - Präsenz aufbauen 89
- Marktforschung
  - abwandernde Kunden befragen 119
  - Agenturen 105
  - Beobachtung 116
  - demografische Daten 120
  - Ehrlichkeit 105
  - eigene Kundendaten analysieren 118
  - eigene Website 114
  - emotionale Triebfedern ermitteln 106
  - erschwingliche Optionen 113
- ESP 106
- Feedback zu Marketingmaterialien 119
- Fragen formulieren 107–108
- Influencer identifizieren 105
- Informationen über Mitbewerber 105
- informelle Umfragen 104
- Konkurrenten auskundschaften 116, 118
- kostengünstig oder kostenlos 114
- Kunden beobachten 115
- Kundenfeedback 115
- Kunden-Personas 104
- Live-Fokusgruppe 103
- Marktprognosen 105
- Net Promoter Score (NPS) 111
- öffentlich zugängliche Daten 118
- online/offline 114
- planen 102
- potenzielle Kunden 113
- relevante Blogs finden 105
- relevante Informationen 102
- Social Listening 102, 104, 115
- soziale Netzwerke überwachen 103
- soziale Trends 120
- Themen erforschen 115
- Trendanalyse 118
- Trendbericht anlegen 118
- Trends erkennen 103
- Umfragemüdigkeit 108
- Umfragen 102
- Umfrage- oder Forschungspanel 113
- Web-Tracking 120
- Werbekampagnen der Konkurrenz 117
- Werbetrends ermitteln 106
- Marktpräsenz
  - Produktportfolio ausbauen 90
- Marktsegmentierung
  - neues Segment anvisieren 94

- Marktsegmentierungsstrategie 93
- Marktstagnation
  - Korrekturmaßnahmen 88
- Marktstörung
  - Kaufverhalten 44
- Messe
  - Besucher anlocken 336
  - Botschaften 333
  - Erlebnis bieten 336
  - geeignete finden 333
  - Gewinnspiel 336
  - Interaktion mit Besuchern 335
  - Kosten-Nutzen-Abwägung 334
  - Präsentation 337
  - Preisausschreiben 336
  - relevante Erfahrung 333
  - Stand teilen 336
  - Standformate 335
  - Standgestaltung 334
  - Standpositionierung 336
  - visuelle Elemente 333
  - Werbegeschenke 336
- Meta
  - Optionen für Werbeanzeigen 226
- Millennials 33, 74
- Misstrauen
  - gegenüber Unternehmen 34
- Multikanalinhalt
  - verwalten 221
- N**
- Net Promoter Score (NPS) 59, 111, 187, 383
  - berechnen 111
  - Branchendurchschnitt 112
- Netzwerk
  - Initiativen fördern 330
  - soziales 321–322
- Neugier
  - wecken 166
- Neurotransmitter
  - Cortisol 52
  - Dopamin 51
  - Entscheidungsfaktoren 219
  - Oxytocin 51
  - Serotonin 52
- Nischenmarketing 93
  - Voraussetzungen 94
- O**
- Öffentlichkeitsarbeit
  - Content-Marketing 157
- Onlinebewertungsportal 217
  - negative Kommentare 217
  - überwachen 217
- Onlineeinkauf
  - Kundenerlebnisse kreieren 341
- Onlinehandel. *siehe* E-Commerce
- Onlinekauf
  - einfacher Einkaufsprozess 343
  - Live-Chat-Support 343
  - Registrierung 343
  - schnelle Seitenladezeiten 343
  - Verlaufsbalken 343
- Onlinekurs 214
  - Etablierung als Autorität 215
  - Onlinepräsenz aufbauen 215
- Onlinemarketing
  - analysieren 120
- Onlineshop
  - einrichten lassen 346
  - selbst einrichten 344
- P**
- Pay-per-Click-Werbung
  - Content-Marketing 157
- Personalisierung
  - Direktmarketing 263
  - E-Mails 269
- Pinterest-Marketing 207
  - Produktverkauf 208
  - Unternehmenskonto 208
- Podcast 209
  - Archiv aufbauen 210
  - bewerben 210
  - bezahlte Erwähnung 233
  - Follower gewinnen 212
  - Format festlegen 210
  - gestalten 211
  - in Qualität investieren 210
  - kurz fassen 210
- monetarisieren 211
- Nischengruppe anpeilen 209
- Qualität und Beständigkeit 212
  - regelmäßig senden 210
  - verlinken 210
  - Werbung schalten 211
- Podcast-Marketing 209
  - Beziehungen zu Influencern 209
  - E-Mail-Liste erweitern 209–210
  - Etablierung als Autorität 209
  - Informationen 209
  - Inhalte monetarisieren 209
  - planen und durchhalten 209
  - SEO verbessern 209
  - Website aufwerten 209
- Point-of-Sale-Werbung 356
- Positionierung
  - Beständigkeit 195
  - Content-Marketing 156
  - Kreativ-Briefing 186
- Positionierungsstrategie 97
  - Content-Marketing 163
  - ESP 97
- Preisgestaltung 147
  - Anfangspreis 132
  - beschreibende 135
  - dynamische 71
  - gebrochene versus runde Preise 134
  - Markenbekanntheit 132
  - Mundpropaganda 132
  - Preisausrichtung 135
  - Preisdarstellung 135
  - Preiserhöhung 132
  - Preissenkung 133
  - Preisverankerung 135
  - Prestigepreise 132
  - psychologische Faktoren 134
  - Qualität 132
  - Rabatte 133
  - Wachstum und Rentabilität 131
  - wettbewerbsorientierte 136
- Preisstrategie
  - Optionen 131

- Printanzeige  
 emotionaler Auslöser 239  
 Handlungsaufforderung 239  
 Kontaktinformationen 239  
 Website-Verweis 239  
 zentrale Elemente 239
- Printmedien 155
- Printwerbung  
 Branchenveröffentlichungen 238  
 kommunale Zeitungen 238  
 Markenbekanntheit 238
- Probezeit  
 kostenlose 375
- Produkt  
 emotionale Aspekte 54  
 funktionsgleiche Alternativen 140  
 Kundenfeedback 124  
 Marktbedürfnis 123  
 Positionierung 123  
 Preisgestaltung 132
- Produktaussage  
 irreführende 47
- Produkteinführung  
 Messen 91
- Produktentwicklung  
 breite Beteiligung 191  
 Kreativität 190  
 Kreativität versus Praktikabilität 191  
 Kundenbedürfnisse 191  
 Produktentwicklungsteam 190
- Produktplan 123
- Psychologie  
 Prinzip der Vertrautheit 155
- Pyramide  
 umgekehrte 165
- R**
- Rabatt  
 Tipps 133
- Radio 155
- Radiowerbung  
 Formate 243  
 Hörerschaft 243  
 Markenbewusstsein aufbauen 243  
 Preise 244
- Sponsoring 244  
 vorgelesener Werbespot 243  
 Zielgruppen 243
- Relevanz  
 Direktmarketing 262
- Retargeting  
 CTR 236  
 Kampagnen einrichten 237  
 Plattformdienste 236  
 selbst gestricktes 237  
 Tipps 237  
 Werbegeschenke 237  
 zurückgelassene Einkaufswagen 236
- Return on Advertising Spend. *siehe* RoAS
- Return on Investment (ROI) 25
- RoAS  
 Print-Mailing 253
- Rückgaberecht 46
- Rundfunkwerbung 241  
 aussagekräftiger Slogan 245  
 Botschaft im Mittelpunkt 245  
 Kernbotschaften integrieren 245  
 Markenimage 244  
 Produktionskosten 246  
 Produktionstipps 244  
 Profis beauftragen 246  
 Qualität 246  
 Radio 243  
 Sendekosten 246  
 Verfügbarkeit 247  
 Zuschauerreichweite berücksichtigen 246  
 Zweck definieren 245
- S**
- Schriftart  
 Lesbarkeit 182
- Senderbewertung  
 E-Mail-Kampagne 255
- SEO 25, 301  
 Amazon 348  
 bewerten lassen 317  
 bezahlte 303  
 Blog 309  
 Content-Marketing 157  
 Earned Link 306
- E-Commerce 340  
 Google Ads 310  
 Google-Analytics-Dashboard 302  
 Google My Business 314  
 Impressionen und Klicks 303  
 Keywords 303  
 Links verdienen 306  
 Links zu anderen Websites 305  
 Meta-Tag 307  
 Miniaturfotos taggen 281  
 Onlineressourcen 317  
 organische 303  
 Ranking verbessern 342  
 Retargeting-Kampagnen 318  
 Retargeting-Plattform 303  
 Sitemap erstellen 318  
 starke Webpräsenz pflegen 318  
 Suchmaschinenergebnisseiten 302  
 technologische Entwicklung mitverfolgen 317  
 Titel-Tag 307  
 verbessern 318
- SEO-Strategie 302
- Service Recovery  
 Voraussetzungen 376
- Slogan  
 Markenversprechen vermitteln 245
- Snapchat 34
- Sozialverantwortung  
 unternehmerische 62
- Sponsoring  
 Kosten 234  
 Vertrauenswürdigkeit prüfen 331
- Suchmaschinenoptimierung. *siehe* SEO
- SWOT-Analyse 137, 141, 147  
 Bedrohungen analysieren 140  
 Chancen ausloten 139  
 Konkurrenten analysieren 141  
 Schwächen ermitteln 138  
 Stärken ermitteln 138

**T**

- Tagging
  - taktisches 307
- Tausend-Kontakt-Preis. *siehe* TKP
- Technologie
  - Kundenerlebnis gestalten 71
- Telefonmarketing
  - Effektivität 274
  - sinnvoller Einsatz 273
- Testversion 46
- TikTok 34
- TKP
  - Streaming-Fernsehwerbung 243
- Tool
  - digitales 197, 208
- Touchpoint Journey 79–80
- Transaktion
  - Anzahl reduzieren 353
- Trend
  - im Auge behalten 224
- Twitter 34
  - Hashtag 204
  - Marketing 204
  - Präsenz aufbauen 204

**U**

- UGC-Kampagne
  - Benutzerfotos 168
  - Kundenanerkennung 168
  - LEGO 168
  - Produktwettbewerb 168
- Umfrage
  - Aussagekraft 113
  - Beantwortungsquote 113
  - Eine-Frage-Umfragen 117
  - Fehlerquote 112
  - Frageformat 110
  - Fragen formulieren 108–109
  - Häufigkeit 113
  - Informationen an Kunden 110
  - Kurzumfrage nach Kauf 116
  - offene Fragen 110
  - Online-Umfragetools 107
  - Produktlinienentwicklung 112

- Transparenz 113
  - unbewusste Emotionen aufdecken 110
  - Ziele definieren 109
- Umsatzprognose
  - auf Kassenbasis 152
  - Indikatorenprognose 153
  - Zeitabschnittsprognose 153

**V**

- Veranstaltung
  - Eventagentur in Anspruch nehmen 329
  - finanzieren 328
  - Internet 332
  - Kontaktdaten sammeln 329
  - lokale und regionale Fern-sehender 332
  - passende finden 331
  - Relevanz für Kunden 327
  - Schulen und Universitäten 332
  - Sinn und Wert 327
  - sponsern 328–329, 332
  - Verbände 331
  - zweckbezogene 330
- Verbraucher
  - Abgelenktheit 32
  - Ansprüche 33
  - App-Nutzung 231
  - Aufmerksamkeit 34
  - Bedürfnisse 31
  - Bedürfnisse und Erwartun-gen 101
  - Bewertungen in sozialen Medien 104
  - einbeziehen 68
  - Einstellungen 31
  - emotionales Bedürfnis 146
  - Generationenmerkmale 33
  - Lebensstil 31
  - Nutzung digitaler Kanäle 198
  - Präferenzen 31
  - Produktrecherche 183
  - regelmäßig beobachten 116
  - soziale Mediennutzung 223
  - Umfrage 102
  - um Onlinebewertungen bitten 217
- Unbewusstseins 43
- Vertrauen 34, 187
- Vorlieben 31
- Werte 31
- Wunschpersönlichkeit 188
- Verbraucherkultur 30
  - Covid-19-Pandemie 30
- Verhalten
  - menschliches 23
- Verhaltenspsychologie
  - Autorität 58
  - Knappheit 60
  - Marketing 56
  - Persönlichkeitstheorie (Freud) 56
  - Persönlichkeitstheorie (Jung) 57
  - Sinn und Bedeutung 61
  - soziale Bestätigung 59
  - Wechselseitigkeit 59
- Verkauf
  - Skalierungsprobleme 377
- Verkaufsargument
  - emotionales. *siehe* ESP
  - emotionales Alleinstellungsmerkmal 375
- Verkaufskultur 359
- Verkaufspräsentation
  - Argumente untermauern 375
  - Drei-I-Prozess 374
  - emotional wirkungsvolle 374
  - Markengeschichte erzählen 375
  - zeigen statt sagen 375
- Verkaufsprozess
  - Befürchtungen ausräumen 371
  - Beratungsverkauf 371
  - Diagramm 367
  - Handelsvertreter 377
  - kostenlose Probezeit 375
  - kundensegmentspezifische ESPs 367
  - langfristige Perspektive 368
  - Service Recovery 376
- Verkaufsteam
  - Aufgabe definieren 379
  - Bezahlung 379
  - Effizienz ermitteln 377

- eigenes 378
  - Handelsvertreter 377
  - Kundenwert steigern 379
  - Organisation optimieren 377
  - Produktivität 376
  - Sportlermentalität 380
  - Verkaufsanreize 379
  - Verkaufstrichter
    - Kategorien 370
  - Vertrauen
    - ESG-Engagement 35
    - Fehler zugeben 35
    - fördernde Maßnahmen 53
    - Informationen 35
    - Kommunikation 36
    - Transparenz 35
    - wahrgenommenes 36
  - Vertriebskanal 126
    - Anzahl der Transaktionen 353
    - Einzelhandel 350
    - Mehrwert-Wiederverkäufer 350
    - Vertreter im Multilevel-Marketing 350
    - Wettbewerber 127
  - Vertriebskanalstrategie 351
    - Absatzmittler 353
    - Effizienz 353
  - Vertriebsmethode
    - Click & Collect 341
    - Onlinekauf mit Lieferservice 340
  - Vertriebsstrategie 339
    - exklusive 351
    - intensive 351
    - offline 350
    - parallele Vertriebskanäle 352
    - selektive 351
    - Sichtbarkeit erhöhen 352
    - Vertriebsnetzwerk erweitern 352
  - Verweildauer
    - Website-Gestaltung 290
  - Video
    - auf Landingpages 215
    - B2B-Bereich 217
    - B2C-Bereich 216
    - emotionale Reaktion kreieren 216
  - Handlungsaufruf einbauen 216
  - Hilfe bei Kaufentscheidung 215
  - höhere Kaufwahrscheinlichkeit 215
  - in E-Mails 215
  - Markengeschichten 217
  - Tipps 216
  - wirkungsstarkes 216
  - Vlog 309
- W**
- Wachstum
    - Bestseller nutzen 91–93
    - Empfehlungsmarketing 92
    - ESP 97
    - Fixed Mindset 98
    - Growth-Mindset 98
    - Informationen sammeln 115
    - Marktanteil 96
    - Marktanteilsstrategie 94
    - Marktpräsenz ausbauen 90
    - Marktsegmentierungsstrategie 93
    - Mentalität 98–99
      - nachhaltiges 88
      - nachhaltige Umsatzmöglichkeiten 88
    - neue Produkte einführen 91
    - Positionierungsstrategie 97
    - Produkteinführungszeit 97
  - Wachstumsindikator
    - Arbeitslosenquote 87
    - Bruttoinlandsprodukt 87
    - Einzelhandelsumsätze 87
    - Verbrauchervertrauen 87
  - Wachstumsmanagement 86
  - Wachstumsstrategie
    - Marketingstrategie anpassen 89
    - wichtige Faktoren 99
  - Warenkorb
    - Miniaturbilder 343
  - Webidentität
    - aufbauen 284
    - Partner 284
  - Webinar
    - Appetithappen 213
    - Autorität 213
  - Bekanntheit 213
  - bezahlte Erwähnung 233
  - kostenloses 213
  - Kundenstamm aufbauen 214
  - Leads sammeln 212
  - professionellen Eindruck erwecken 213
  - Relevanz 213
  - Tipps 213
  - vermarkten 214
  - Vorteile 213
  - Website
    - Absprungrate 279
    - Absprungrate niedrig halten 292
    - an Markenpersönlichkeit anpassen 289
    - Anleitungen 280
    - B2B-Sektor 285
    - Baukasten 277
    - Besucher einbinden 290
    - Besucheridentifizierung 361
    - Blogs 281
    - detaillierte Produktangaben 285
    - Domainnamen überprüfen 287
    - effiziente Abläufe 286
    - Einkaufsratgeber 280
    - E-Mail-Adresse 278
    - Entscheidungshilfen 281
    - Fallstudien 281
    - Fehler vermeiden 276
    - Forschungsergebnisse 281
    - goldenes Dreieck nutzen 289
    - Google-Analytics-Dashboard 291
    - Gründe für den Besuch 280
    - Handlungsaufruf 276–277
    - hochwertige Bilder 299
    - Informationsbroschüren 280
    - Inhalte mit Mehrwert 279
    - Interaktivität 282
    - interessante Inhalte bieten 295
    - Internetpräsenz erweitern 287

- klare Präsentation 285
  - konform mit
    - Kreativstrategie 279
  - Kontaktformular 278
  - Kontakttelefonnummern 278
  - KPIs 291
  - Kreativelemente 290
  - Kundenbedürfnisse erfüllen 279
  - Kundenbewertungen 286
  - Kundenerwartungen 285
  - Landingpage 276
  - Leerraum als Gestaltungselement 279
  - Live-Webcam 294
  - Marke 276
  - Navigation 277
  - Navigations-Heatmap 293
  - Onlineshop einrichten 343
  - Produktvergleiche 280
  - responsive 278
  - Responsive-Website-Design 298
  - Ressourcenseite 281
  - SEO-Optimierung 276
  - unfreundliche 278
  - unmittelbare Relevanz 283
  - Verweildauer 287–288
  - Verweildauer erhöhen 293
  - Videos 281
  - Webidentität 284
  - Website-Baukasten nutzen 298
  - wesentliche Elemente 275
  - wichtige Designelemente 288
  - Ziele definieren 277
  - Zugang zu Abwicklungsinformationen 286
  - Website-Baukasten
    - Benutzerfreundlichkeit 298
    - E-Commerce-Optionen 298
    - Preis-Leistungs-Verhältnis 298
    - Support 298
    - Vorlagenauswahl 289
  - Website-Inhalt
    - aktuell halten 295
    - B2B-Bereich 295–296
    - ergänzende Produkte 297
    - Fragen stellen 296
    - Karrieremöglichkeiten 297
    - Kontaktinformationen 297
    - nutzergenerierter 295
    - Ressourcen 297
    - statischer und dynamischer 297
    - überprüfbare Fakten 295
    - Umfragen 296
    - Unternehmenshintergrund 297
    - Verbrauchererwartungen 297
  - Website-KPI
    - Absprungrate 291
    - Ausstiegsseite 291
    - durchschnittliche Sitzungsdauer 293
    - Navigationsmuster 293
    - Verweildauer 293
    - Zahl der eindeutigen Seitenaufrufe 294
    - Zahl der Seitenaufrufe 294
  - Website-Navigation
    - Besucher berücksichtigen 278
  - Website-Tagging
    - aktuell halten 307
  - Werbeaktion
    - testen 150
  - Werbeanzeige
    - Facebook 225
    - überwachen 227
  - Werbebotschaft
    - Angst vermeidende 51
  - Werbebeschenk
    - Produktwerbung 219
    - rechtliche Voraussetzungen 219
  - Werbekampagne
    - A/B-Tests 119
    - Resonanz 224
  - Werbung 128
    - bezahlte Erwähnung 233
    - CPL und ROI optimieren 246
    - digitale Banner 234
    - E-Newsletter 233
    - Facebook 224
    - gesponserte Onlineinhalte 232
    - Grafikdesigner 247
    - Grundlagen legen 247
    - Inhalte 47
    - Kreativ-Briefing 247
    - lineares Fernsehen 241
    - LinkedIn 229
    - mit Profis arbeiten 247
    - Podcast 233
    - Pop-up-Anzeigen 235
    - Printwerbung 238
    - Radiowerbung 243
    - Retargeting 236
    - Rundfunkwerbung 241
    - soziale Medien 223
    - Sponsoring 233–234
    - Streaming-Fernsehen 243
    - Werbetexter 247
    - YouTube 228
  - Wert
    - bewusster und unbewusster 49
  - Wettbewerbsanalyse
    - Positionierungsstrategie vergleichen 97
  - Wettbewerbsbedingung
    - Technologie 31
- X**
- siehe* Twitter
- Y**
- YouTube 34
    - Präsenz aufbauen 228
  - YouTube-Werbung 227
    - Anzeige einrichten 228
    - Keywords 228
    - Kosten pro Aufruf 228
    - professionelle Qualität 229
    - Tagesbudget 228
    - Zielgruppen 228
- Z**
- Ziel
    - kurz- und langfristiges 124
    - Marketingplan 124





















