

Stichwortverzeichnis

A

A/B-Test 134, 270, 292
Ablenkung 30
Abonnement
 Kundenbindung 383
Absatz
 Einfluss von Farben 170
Absatzmittler
 Anzahl beschränken 371
Absatzprognose
 neue Produkte 76
Abschöpfungsstrategie 353
Absprungrate 281
 gering halten 281
Affiliate-Netzwerk
 Provisionsmodelle 298
Akquisitionskosten 255
 Direktmarketing 248
 Gruppen nutzen 302
 maximal zulässige 4,11
 und Customer Lifetime
 Value 380
Aktionsgutschein
 codieren 356
 digitaler 356
 Direktwerbbedrucksache
 356
 Einlösungsquote einschätzen 357
 Verteilung 356
Akzeptanz
 betroffene Personen ein-
 beziehen 140
Alleinstellungsmerkmal 53,
 84
 emotionales 53, 56, 61, 65,
 84, 98, 123, 154, 158, 166,
 172, 183, 237, 289, 388, 396
Alternativen
 funktionsgleiche 127
Alternativprodukte
 funktionsgleiche 122
Analogie 186
Angebotsmanipulation
 360
Anleitung
 Website 284
Anliegen 63
Anpassungssystem
 automatisiertes 178
Anzeige
 Facebook 199
 Sichtbarkeit 75

 Stopping Power 159
 von Konkurrenten absetzen
 160
 Wiedererkennungswert
 160
Anzeigehäufigkeit 271
Anzeigenkampagne
 Landing-Page 295
Apple
 quasireligiöse Grundele-
 mente 42
Archetypen (Jung) 57
Aufmerksamkeit
 Displaywerbung 376
 durch Kreativität erregen
 168
 erregen 189
 Fluss 234
 Live-Veranstaltungen 306
Aufmerksamkeitsrate *siehe*
 Stopping Power
Aufmerksamkeitsspanne 198
Augmented Reality 44, 377
 Regalwerbung 376
Augmented Reality (AR) 356
Ausstiegsstrategie
 Marketingplan 118
Autorität 58, 176
 Experten 59
 Fachwissen 59
 Millennials 33
 Webinar 207

B

B2B
 Customer Lifetime Value
 380
 Erwartungen an Websites
 277
 Internetumfrage 285
 LinkedIn und XING 201
 Live-Marketing 305
 psychische Triebkräfte 50
 Vertriebsstrategie 364
 Workshops 308
Babyboomer 32, 183, 223,
 356, 389
 ESP-Raster 66
Banner Ad *siehe* Bildanzeige
Banneranzeige
 Provisionsmodelle 299
Beacon 367, 387
Belohnungsprogramm 77
Benchmark 81
Beratungsverkauf 393
 Ablauf 393
 lebenslange Kunden-
 betreuung 394
 Tipps 394
Beschwerde
 Online-Bewertungsportale
 212
Beschwerdemanagement 397
Bestätigung
 soziale 176
Bestseller 137
 Nachfrage steigern 76
 Potenzial ausschöpfen 77
 Produkt mit Zugkraft ent-
 wickeln 76
Besucherverkehr
 Einzelhandelsstrategie 372
Beta-Programm 74
Beteiligung
 emotionale 30
 innere 169, 224, 234
Bezahlung pro Klick 298
Bezahlung pro Seitenaufruf
 298
Bezugspunkt
 Marketingplan 131
Bildmaterial
 Auflösung 227
Blog 292
 eigener 149, 152
 Funktionen 297
 Landing-Page 297
 Marke aufbauen 297
 Sichtbarkeit 75
 Website 286
 Website-Baukästen 297
Blogs
 relevante überwachen 94
Bonusartikel
 Fachmessen 318
Botschaft
 Aufmerksamkeit 65
 Customer Journey 128
 gezielte 217
 Handlungsaufruf 260
 klar ausdrücken 157
 Köder 260
 Lösung 260
 mit persönlichen Werten
 verbinden 108
 Personalisierung 260

414 Stichwortverzeichnis

- Relevanz 260
- testen 252
- überarbeiten 162
- Bottom-up-Prognose 141
- Bounce Rate *siehe* Absprungrate
- Brainstorming 184
- Broschüre
 - gezielter Einsatz 236
 - kostengünstige Produktion 238
 - Menge 238
 - Rücklauf 238
 - Text 237
 - Verwendungszwecke 237
- Budget
 - Fachmessen 317
- Bundesdatenschutzgesetz (BDSG) 256
- C**
- C2C-Marketing 302
- Call-to-Action (CTA) *siehe* Handlungsaufwurf
- Callcenter
 - Informationen sammeln 273
 - Mitarbeiterwahl 272
 - Rücklauf 249
 - Warteschleifen-Botschaften 272
 - Wartezeit 272
- CEM-Software 129
- Chancen
 - suchen 95
- Churn-Rate *siehe* Kundenschwund
- Clickbait 86
- Co-op-Datenbank 264
- Consultative Selling *siehe* Beratungsverkauf
- Content-Management
 - Inhalte automatisch anpassen 219
 - Inhaltsanalyse 221
 - Multiformat-Optionen 220
 - Vorlagen 220
- Content-Management-System
 - A/B-Tests 292
 - cloudbasierte Systeme 220
- Content-Management-System (CMS) 75, 268
- Content-Marketing 60, 188
 - Ängste und Freuden 56
 - allgegenwärtig 168
 - Coca Cola 62
 - Crowdsourcing 153
 - Gefühlsgehalt 176
 - Inbound-Marketing 148
 - Klarheit 157
 - Kontakte nutzen 86
 - Lead-Generierung 392
 - Marketinginhalte 146
 - Pay-per-Click 148
 - Presseveröffentlichungen 152
 - soziale Medien 148
 - Strategie 188
 - Suchmaschinen 148
 - Textgestaltung 156
 - Tipps zu Inhalten 156
 - Überzeugungskraft 160
 - Ziele 147
- Content-Marketing-Plan 150
 - Facebook 193
- Content-Marketing-Strategie
 - Quantität und Qualität 151
- Content-Marketing-System 79
 - Marktsegmentierung 79
- Copy 226
- Copyright 234
- Cortisol 165
- CRM-System 101, 268
 - beliebte Systeme 254
 - Direktmarketing 250
 - Erkenntnisse über Kunden sammeln 254
 - interne Daten managen 255
 - Trigger-E-Mails 267
 - Warenkorbabbrüche 112
- Cross Promotion 189
- Cross-Selling 259
- Crowdfunding 73
- Crowdsourcing
 - Content-Marketing 153
 - Lego 154
- Culture Jamming 36
- Customer Journey 41, 188, 254
 - Marketingplan 128
 - Spaßfaktor 43
- Customer Lifetime Value 380, 410
 - einfache Berechnung 381
 - komplexe Berechnung 381
 - Verkaufsprozess 390
 - wissenschaftliche Berechnung 381
- Customer Lifetime Value (CLV) 30, 41, 126, 247
 - CRM-System 254
 - maximieren 271
- Customer-Relationship-Management 408
 - Customer-Relationship-Management-Plattform *siehe* CRM-System
 - Customer-Relationship-Management-System *siehe* CRM-System
- D**
- Dachmarke 331
- Daten
 - Aussagekraft 102
 - implizite 258
 - persönliche 258
- Daten-Management-Plattform (DMP) 56, 253, 271
 - Einsatzmöglichkeiten 257
 - mit Demand-Side-Plattform synchronisieren 257
- Datenmanagementsystem 406
- Datenschutz 256
- Datenstrategie
 - an Kennzahlen ausrichten 255
- Demand-Side-Plattform (DSP) 253, 271
- Echtzeit-Tracking 257
- Demografie 80
 - Faktoren 113
 - Werbegeschenk 318
- Design
 - guter Fluss 235
- Design-Software 230
- Designer
 - Honorar 229
 - Kreativ-Briefing erstellen 228
 - online suchen 229
- Dialog
 - sozialer 346
- Diashow
 - durchschnittliche Sitzungsdauer 282
- Dienstleistungsmarke 338
- Dienstleistungsvertrag
 - Kundenbindung 383, 384
- Digital-Asset-Management-System
 - Marktsegmentierung 79
- digitale Tools
 - Online-Bewertungsportale 212
 - Podcast 205
 - Spiele 213
 - Videos 209
- digitales Marketing
 - Facebook 193
 - Herausforderungen 191
 - Inhaltsstrategie 198

- Direktmail-Kampagne
 - Rücklauf 265
- Direktmarketing 31, 56, 247
 - Callcenter und Chatcenter 272
 - E-Mails 265
 - Echtzeitkampagnen 255
 - emotionale Anziehungskraft 250
 - erforderliche Kundendaten 251
 - heute 251
 - Kennzahlen 248
 - Kundendaten gewinnen 250
 - Listen kaufen 264, 265
 - Online-Anzeigen 271
 - Risiken 253
 - Rücklauf im Vergleich 249
 - Testvariablen 269
- Direktmarketing-Kampagne 366
- Direktmarketing-Strategie kanälüberspannende 259
- Direktwerbedrucksache Gutscheine 356
- Direktwerbung
 - Besucherverkehr 376
 - Lead-Generierung 391
- Displaystrategie 376
- Displaywerbung
 - Besucherverkehr 376
- Distributionspolitik vier Säulen 118
- Dopamin 407
 - Loyalität 214
 - Spiele 213
- Dreieck
 - goldenes 287
- Druckqualität 227, 228
- Dumping 361
- Durchschuss 232
- E**
- E-Mail
 - personalisierte 268
 - Rücklauf 249
 - Videos 209
- E-Mail-Adresse
 - Umfrage 109
- E-Mail-Liste
 - leistungsfähige 252
- E-Mail-Marketing 205
 - Datenschutz 256
- E-Mail-Verteiler 256
- Ehrlichkeit 64
- Einführungsangebot
 - Beta-Programm 74
- Einkaufserlebnis
 - verbessern 376
- Einkaufsführer Website 284
- Einkommensquelle
 - neue erschließen 352
- Einlösungsquote einschätzen 358
- Einnahmen-Ausgaben-Rechnung Schätzungen 140
- Einzelhandel
 - Display 364
 - Displaywerbung 376
 - Einkaufserfahrung gestalten 388
 - Kundendaten sammeln 255
 - Produktplatzierung 366
 - Regalpositionierung 366
 - standortbasiertes Marketing 388
- Einzelhandelsstrategie 372
 - Atmosphäre 373
 - Besucherverkehr 372
 - Einkaufserlebnis gestalten 373
- Elemente
 - visuelle 228, 236
- Empfehlungsmarketing *siehe* Multi-Level-Marketing, 77 *siehe* Multi-Level-Marketing
- Entscheidungsfaktor emotionaler 407
- Entscheidungsprozess
 - Ablauf 39
 - Belohnung und Verlust 54
 - Es, Ich, Über-Ich 57
 - Gefühle 65
 - Glückselemente 62
 - Knappheit 60
 - Neurotransmitter 51
 - psychologische Prinzipien 48
 - Schmerz und Lust 51
 - Sehnsucht nach Sinn 63
 - Überleben und Nervenkitzel 55
 - Unterbewusstsein 47
- Erfüllung
 - emotionale 176
- Ergebnismessung
 - Akquisitionskosten 411
 - Benchmarks festlegen 411
 - Customer Lifetime Value 411
 - Dashboard-Falle 412
 - Kennzahlen 410
 - Schätzwerte anpassen 412
- Ergebnismessung
 - Ziele festlegen 409
- ESP-Profil 80, 264
 - Lead-Kriterien herausfiltern 391
- ESP-Raster 65
- ESP-Strategie 84
- ESP-Umfrage 104
- Evaluation
 - Kundenerlebnisstrategie 40
- Event
 - gesellschaftliche Verantwortung 125
 - Ideen 303
- Exklusivität 77, 363
- F**
- Facebook 149
 - Beziehungen zu Kunden aufbauen 197
 - eigene Seite betreuen 197
 - Erkenntnisse gewinnen 196
 - Experten-Tipps 198
 - Fakten 193
 - Interaktion mit Followern 197
 - Internetpräsenz 293
 - Marketingziele 195
 - Marketingplan entwickeln 194
 - Seitenstatistiken 196
 - Umfrage-App 196
 - Werbeaktionen 195
 - Werbung 199
 - zum Dialog einladen 198
- Fachmesse 364
 - Besucher anlocken 317
 - Botschaften 314
 - geeignete finden 315
 - Interaktion mit Kunden 315
 - kleines Budget 317
 - Kosten-Nutzen 314
 - Live-Marketing 304
 - relevante Besuchererfahrung 314
 - Sichtbarkeit 75
 - Standformate 315
 - Standgestaltung 314
 - Standpositionierung 316
 - Vertriebspartner finden 369
 - visuelle Elemente 314
 - Werbung in sozialen Medien 320
- Fake Like 406

416 Stichwortverzeichnis

Farbe 228
Assoziationen 171
Bedeutung 170
Haupt- und Sekundärfarben 172
Wirkung 169
Farben
Website 280
Farbpalette
Kreativ-Briefing 177
Farbpsychologie
kreative 169
Feedback-Tool 405
Finanzierung
Marketingplan 117
Firmenzeichen 338
Flashmob 45
Flickr
Internetpräsenz 293
Fokussseite
LinkedIn 202
Forschungsergebnisse
Website 284
Forschungsprojekt 134
Foto
Nutzungsrechte 229
Fragen-Brainstorming 185
Freundschaftswerbung 307

G

Gamification 43, 213
Kundenbindung 214
Gebühren
kostendeckende 348
Gebührenstruktur
aktuell halten 349
Gemeinkosten 350
senken 71
Gemeinnützigkeit 311
Gemeinschaft (Community)
38, 42
Guerilla-Marketing 46
Gemeinschaftsprojekt
gesellschaftliche Verantwortung 123
Generation X 32
ESP-Raster 66
Generation Y 32
Generationenunterschiede 31
Geografie 80
Gewinn
bei gleichbleibenden Preisen steigern 348
Gewinnspiel
Fachmessen 318
Glaubwürdigkeit 65
Glück
fünf Grundpfeiler 62

Goldenes Dreieck
Kreativ-Briefing 177
Google AdSense 299
Google AdWords
Kampagne 216
Google Analytics
Absprungraten 281
Landing-Page 295
Google-Trends 217
GPS-Shopping
Sonderangebote 357
Grenzpreisfestlegung 361
Growth Hacking 85, 346
Growth-Hacking-Strategie
für Links sorgen 86
Growth Hacker anheuern 87
nach E-Mails fischen 86
Suchmaschinen 85
Tripwire-Marketing 87
Gruppe
gezielt ansprechen 301
Guerilla-Marketing 43
einfache Formen 45
Gemeinschaften aufbauen 45
Spaßtheorie 43
Gutscheincode
Facebook 355

H

Händlerrabatt 350
Handelsvertreter 398
finden 399
Internetplattform 399
managen 399
Handlungsaufforderung
Anzeige 239
Handlungsaufwurf 260, 288
Marketinginhalte 155
Position 157
Quelle nachverfolgen 261
Videos 211
Hashtag 199, 200
Headline 225
Hingucker-Effekt 160

I

Ikonografie
Markengeschichte 329
Veränderungen 335
Ikonologie 228 *siehe siehe*
Ikonografie
Inbound-Marketing
Content-Marketing 14,8
Indifferenzbereich 351
Indikatorenprognose 142
Influencer 85, 240
B2B und B2C 126

Blogger 94
Blogs 14,6, 14,9
Blogs überwachen 94
Fachmessen 304
Podcasts 205
Influencer-Marketing 40, 149
Informationsbroschüre
Website 284, 286
Informationssuche
Kundenerlebnisstrategie 40
Infrastructure-as-a-Service (IaaS)
Kundenbindung 383
Inhalt
statischer und dynamischer 287
Innovation
Markenwert 326
neue Produkte einführen 340
Instagram 200
Interesse
visuelles 235
Internet-Handelsplattform 367
Amazon 368
Aufmerksamkeit erregen 368
eBay 368
Link zu Online-Shop 369
Internet-Handelsplattformen
Keyword-Spamming 368
Internet-Service-Provider (ISP) 290
Internethandel
verkaufsfördernde Maßnahmen 377
Internetidentität 276
standardisieren 278
Internetplattform
Handelsvertreter finden 399
Internetpräsenz
steuern 293
Internetstrategie
Blogs 297
Internetumfrage
Website 285
Inventar
reduzieren 71
Investitionen
zurückstellen 71

J

Jahresziel
Marketingplan 118

K

- Käufergenerationen 32
 - typische Charaktereigenschaften 32
- Käuferpersönlichkeit 176
- Kampagne
 - kanalübergreifende Koordination 230
- Kampagnenbotschaft
 - Resonanz 134
- Kampfpfeis 361
- Kauf
 - Kundenerlebnisstrategie 40
- Kaufentscheidung
 - Preis 345
 - Videos 210
- Kaufenerlebnis
 - gestalten 73
- Kaufhäufigkeit 80
- Kaufverhalten
 - Veränderungen 111
- Kennzahlen 81
 - Facebook 195
 - mit Zielen verbinden 410
 - Prioritäten setzen 410
- Kernmarkt
 - Wachstumspotenzial 70
- Key Performance Indicators *siehe* Leistungskennzahl
- Keyword
 - bieten 216
 - Long-Tail-Keyword 216
- Keyword-Marketing 215
- Keyword-Spamming
 - Internet-Handelsplattformen 368
- Keywords
 - Nischen 294
- Klickköder 173
 - effektiv einsetzen 157
 - Fakten und Statistiken 158
 - Fragen 158
 - Kundenbewertungen 158
- Klickrate
 - Direktmail-Kampagne 266
 - personalisierte E-Mail 268
 - Videos 209
- Knappheit 77
- Kommunikation 30
 - digitale Kanäle 192
 - direkte 248
 - Direktmarketing 269
 - Häufigkeit 150
 - in Echtzeit 259
 - in Konsumzeit 257
 - kanalübergreifende 122
 - Klarheit 150
- Marketingplan 117
 - mobile 386
 - personalisieren 252
 - personalisierte 146, 191, 366, 406
 - Transparenz und Wahrheit 36
 - Überzeugungskraft 151
- Kommunikationspolitik
 - vier Säulen 118
- Konkurrentenraster 110
- Konkurrenz
 - Bedrohungen 111
 - beobachten 109
 - im Auge behalten 168
 - relevante Informationen 121
- Konsumkritik 36
- Konsumverhalten
 - Sinnsuche 63
 - zwischenmenschliche Beziehungen 124
- Kontaktaufnahme 30
- Kontaktdateien
 - Fachmessen 316
- Kontaktinformationen
 - auf Website gewinnen 392
- Kontaktpreis 239
- Konversionrate
 - Videos 209
- Konversionskanal 80
- Konversionsrate 113, 269
 - Direktmail-Kampagne 266
 - Kosten der Lead-Generierung 412
 - Landing-Page 296
- KPIs *siehe* Leistungskennzahl
- Kreativ-Briefing
 - 360-Grad-Kommunikation 179
 - Ausführung 178
 - Einschränkungen 177
 - emotionale Faktoren 176
 - Farbpalette 177
 - globales Marketing 178
 - Goldenes Dreieck 177
 - Markenpersönlichkeit 176
 - Produktversprechen 175
 - Reason Why 175
 - Werbedrucksachen 228
 - Wunschpersönlichkeiten 177
 - Ziele 175
- Kreativität
 - als Gruppenaktivität 184
 - als Strategie 168
 - Analogien und Metaphern 185
 - auf Trab bringen 182, 189
- Brainstorming 184
- Fragen-Brainstorming 185
- kreativer Prozess steuern 188
- Logo 181
- Markenpolitik 180
- Pass-along 187
- Produktentwicklung 180
- Quellen 168
- Spannung und Begeisterung 182
- Wunschdenken 185
- Kreativitäts-Audit 166
- Kreativstrategie
 - entwickeln 169
- Kunde
 - am Verkaufsort beobachten 108
 - Anliegen 63
 - beobachten 107
 - Bestandskunden zum Kauf motivieren 379
 - Beziehung aufbauen 37
 - Datenbank 250
 - Denk- und Verhaltensweisen 30
 - direkte Kommunikation 293
 - Direktkommunikation über Smartphone 387
 - Eins-zu-eins-Beziehung 247
 - emotionale Bindung 38, 41
 - emotionale Bindung an Verkäufer 50
 - ESP-Profil 264
 - für Begeisterung sorgen 182
 - Identifikation mit Markenpersönlichkeit 37
 - Interaktion mit Marken 259
 - Kaufmotivation 373
 - Kaufmotive 373
 - Kosten 410
 - Lebenskultur 124
 - Live-Interaktion 303
 - Marketingmaterial testen 112
 - Marketingplan 116
 - Online-Kunden 385
 - Persönlichkeitsmerkmale 333
 - Preispräferenzen 351
 - Preispräferenzen ermitteln 351
 - Preisschwelle 349
 - Schmerzpunkte ausräumen 328

418 Stichwortverzeichnis

- sinnstiftende Erfahrungen 320
- soziale Medien 93
- Umfrage 100
- unzufriedener 397, 406
- verlieren 112
- Vertrauen 407
- Kunden-Event 303
 - Kreativität 167
- Kundenakquise 257, 380
 - Kosten 412
 - Rabatte 347
 - stagnierend 72
- Kundenbegegnungen
 - Loyalität fördern 303
- Kundenbeirat 305
- Kundenbeschwerden 406
- Kundenbeteiligung
 - gesellschaftliche Verantwortung 125
 - Spiele 214
 - verbessern 376
 - Videos 209
- Kundenbeteiligungsprogramm 134
- Kundenbewertung
 - digitales Marketing 192
 - überwachen 212
- Kundenbeziehung
 - Live-Marketing 303
- Kundenbeziehungsmanagement (CRM) 56, 151, 255
- Kundenbindung 380
 - Kundenservice 400
 - SaaS-Modelle 383
- Kundenbindungsstrategie 382
- Kundendatenbank 408
- Kundenempfehlung 411
 - belohnen 77
- Kundenerfahrung
 - Markengeschichte 329
- Kundenerlebnis 39, 128, 188
 - Aktivitäten 40
 - Entscheidungsprozess anleiten 40
 - Gefühle ansprechen 65
 - Kreativität 167
 - Vertrauen aufbauen 35
- Kundenerlebniskampagne 128
- Kundenerlebnisstrategie 40
 - Customer Journey 41
- Kundenkontakt
 - direkter 305
- Kundenlebenszyklus 39
- Kundenloyalität
 - ausbauen 339
- Kundenprofil 32
 - Kreativ-Briefing 176
- Kreativstrategie 169
- Kundenrecherche
 - Ehrlichkeit und Transparenz 94
- Kundenrezension
 - soziale Bestätigung 60
- Kundenschwund 91
 - berechnen 401
 - gering halten 394
 - kompensieren 390
 - Kundenservice 400
- Kundensegment 219
 - gezielte Kommunikation 192
- Kundenservice 407
 - als Markenkennzeichen 324
- Kundenbindung 384, 400
- Kundenerlebnis 325
- Markenwert 324
- Probleme lösen 397
- Kundentreue 91, 361
 - belohnen 77
 - gemeinsamer Sinn und Zweck 35
 - Glaubensstrukturen und Wertesysteme 42
 - Influencer 127
 - Kundenerlebnisstrategie 41
 - Sonderangebote 360
 - Wechselseitigkeit 60
 - Wert 382
- Kundenumfrage
 - Ängste und Befürchtungen 51
 - Feedback 400
- Kundenwert
 - sinkender 401
 - steigern 400
- Kundenzufriedenheit 109, 380
- Kundenzufriedenheitsrate
 - soziale Bestätigung 59
- L**
- Lagerhaltungskosten 350
- Landing-Page 276, 292
 - handlungsorientierte 295
 - interaktive Anzeigen 218
 - Online-Werbung 217
 - PURL 296
 - referenzielle 296
 - Video 209
 - Vorteile 295
- Layout 228
 - Website 280
- Lead-Generierung 237, 295
 - Ansatzmöglichkeiten 391
 - B2B-Listen 392
 - CRM-Programm 390
 - Kosten 410
 - sich als Experte positionieren 393
- Lead-Qualität 113
- Leads 273
 - ESP-Profile 391
 - Online-Werbung 218
 - sortieren 390
 - Webanalyse 113
- Lebenszeitwert *siehe* Customer Lifetime Value
- Leistungskennzahl 143
 - Absprungrate 281
 - durchschnittliche Sitzungsdauer 282
 - Seiten pro Sitzung 283
- Leseinteresse
 - Anzeigendesign 235
- LinkedIn
 - Analysen 203
 - B2B-Kontakte 201
 - Growth Hacking 86
 - Grundelemente 201
 - Gruppen nutzen 202
 - Gruppenmitglieder aktivieren 203
 - Internetpräsenz 293
- Liste
 - kaufen 264
 - testen 134
- Live-Chat 298
- Live-Marketing 303
 - Dankeschön-Veranstaltungen 304
 - Kontaktdaten 305
 - Kundenbeiräte 305
 - Spendenaktionen 305
- Live-Veranstaltung 306
 - auf Teilnehmer zuschneiden 307
 - B2B-Kunden 306
 - emotionale Bindewirkung 311
 - finanzieren 308
 - Organisation 309
 - Planungsaspekte 306
 - Relevanz 307
 - Sinn und Wert 307
 - sponsern 309, 312
 - zweckbezogene 310
- Live-Webcam
 - durchschnittliche Sitzungsdauer 282
- Logo 226
 - aktualisieren 181, 335
 - Funktion 181
 - Markenbildung 344
 - Markenikonologie 172

Markenpersönlichkeit 289
Loyalität 30
 Gruppe 302
 Kunden-Events 303
 Preis 345
Lust 51
Luxusartikelmarkt 353
Luxuskleidung
 emotionaler Nutzen 53
Luxusmarke 355
Luxuswaren
 Vertrieb 363

M

M-Commerce
 Anzeigen in Mobilgeräte-Apps 386
 Beacons 387
 standortbasiertes Marketing 387
 Textnachrichten an Kunden 386
Marke
 abwerten 407
 aktualisieren 335
 Anliegen definieren 64
 bekannt machen 346
 Customer Lifetime Value 380
 Designelemente 165
 Diversifizierung 331
 durch Autorität aufwerten 59
 durch Rabatte abwerten 347
 einheitliche Präsentation 330
 emotionaler Wert 324
 emotionales Erlebnis 54
 Facebook 195
 Fachkompetenz 294
 Farbgestaltung 172
 fesselnde Geschichte 159
 Gemeinschaft aufbauen 38
 Geschichte 212, 326
 grafische Standards 172
 gruppenbildende Wirkung 302
 Ikonografie
 innerhalb einer Marke 334
 Interaktion 214
 Interbrand-Rangliste 323
 Kauferschaft 325
 kreative Aspekte 166
 Kunden-Events 304
 Ladengestaltung 373
 Manifest formulieren 328
 Millennials 33
 Misstrauen und Angst 36
 mit Kunden zusammenbringen 311
 Online-Bewertungsportale 212
 passende Veranstaltungen und Initiativen finden 312
 Persönlichkeitsmerkmale bestimmen 332
 Personalisierung 259
 Podcasts 205
 Positionierung 65, 392
 Positionierung zu gesellschaftlichen Themen 37
 Produktlinien gestalten 336
 Produktnamen wählen 334
 psychologische Vorbehalte 176
 schützen 338
 Sponsoring 310
 Vertrauen 80
 visuelle Identität 181
 Werte 328
 Werte nach außen projizieren 326
 Wiedererkennungswert 392
Markenanker 236
Markenbewusstsein
 Content-Marketing 147
 Printanzeigen 240
Markenbildung 344
Markenbindung 30
Markenerfahrung 324
Markenerinnerungswert
 Werbedrucksachen 223
Markengeschichte
 definieren 327
 Figuren 328
 Handlungsgerüst 329
 Höhepunkt 329
 Kurzfassung formulieren 328
 Verkaufsförderung 396
 Website 280
Markengestaltung 129
Markenidentität 326
 Farben 170
 im Internet 288
 Konzept 182
 Produkte 338
 vereinheitlichen 330
Markenikonologie 172
Markenimage 188, 335
 angestrebtes 166
 Sonderangebote 359
 stärken 338
Markenkonzept
 Vertriebsstrategie 363
Markenmanagement 126
Markenpersönlichkeit 37,
 161, 326, 333, 372
 kreativ in Webdesign umsetzen 289
 Kreativ-Briefing 176
Markenpolitik 323
 Kreativität 180
 Persönlichkeitsmerkmale 332
Markenrepräsentant
 Fachmesse 317
Markenstory *siehe* Markengeschichte
Markenwechsler
 Sonderangebote 359
Markenwert
 Kundenerlebnisse 325
 Kundenservice 324
 Logo-Änderung 335
 sichern 324
 Sonderangebote 360
Marketing
 digitales *siehe* digitales Marketing
 personalisiertes 255
 sozialverantwortliche Positionierung 36
 standortbasiertes 367, 387, 388
Marketing-Automationssoftware
 A/B-Tests 270
Marketingaktivität
 Detaillierungsgrad 137
Marketingansatz
 kreativ bleiben 167
Marketingbotschaft
 Archetypen (Jung) ansprechen 57
 fünf Kontakte 162
 Gefühle ansprechen 65
 Glück und Sinnhaftigkeit 62
 Knappheit 61
Marketingbudget
 Recherche 95
Marketingelement
 Wirkung auf Kunden 165
Marketingelemente
 kreative 165
Marketingfehler
 Annahmen 405
 emotionale Entscheidungsfaktoren 407
 Kunden den schwarzen Peter zuschieben 408
 Kunden unpersönlich behandeln 408
 Kundenbeschwerden 406

420 Stichwortverzeichnis

- Nachbearbeitung vergessen 407
- Popularität vorgaukeln 406
- Preiskämpfe 406
- unsaubere Daten 406
- Marketinginhalte 14,8
 - geeignete Kanäle 14,9
 - Häufigkeit steuern 151
 - Handlungsaufwurf 155
 - Inhaltsmanagement 218
 - Lead-Generierung 392
 - planen 199
 - Positionierungsstrategie 154
 - Überzeugungskraft 160
 - von Nutzern 153
 - Website 284
 - Zugkraft 162
- Marketingkampagne
 - Ergebnisse messen 409
 - mit nutzergenerierten Inhalten 153
 - zweckbezogene 311
- Marketingkanal 179
 - direkter 249, 371
 - indirekter 371
- Marketingkanalstruktur 363
- Marketingkommunikation 137, 175
 - Konsequenz 160
 - Landing-Page 295
 - Produktangebot erweitern 75
- Marketingkommunikations-Audit 150
- Marketingkosten
 - pro Kauftransaktion 411
- Marketingmaterial
 - automatisch anpassen 178
 - Einfluss von Farben 170
 - Ikografie 332
 - testen 112
 - textbasiertes 160
 - wichtige Aspekte 154
- Marketingmix
 - Videos 210
- Marketingplan
 - anpassen 134
 - Ausgaben und Einnahmen planen 140
 - Ausstiegsstrategie 118
 - Budget erstellen 138
 - Controlling 143
 - Definitionsbedarf 37
 - digitale Kanäle 192
 - Erfahrungen berücksichtigen 131
 - Erlebnisse und Events gestalten 46
- Finanzierung 117
- Fundament 116
- funktionsgleiche Alternativen 122
- Gefühlslage der Kunden 98
- Gemeinschaftsprojekte 123
- Handlungsschritte festlegen 133
- Handlungsschritte planen 130
- Jahresziele 118
- kanalüberspannender 225
- Kommunikation 117
- Kunde 116
- Kundenerlebnis 39, 128
- Lernpläne entwickeln 133
- Lernplan 134
- Macht der Autorität 59
- Marketingprogramm steuern 139
- Marketingtechnologie 220
- Markt 117
- Marktforschung 91
- Normen einhalten 135
- Produkt 116
- Sinn und Zweck 119
- Strategie formulieren 132
- SWOT-Analyse 119
- Unterpläne 136
- verfügbare Ressourcen 136
- Vertriebskanäle 117
- Verwandtschaftsstrategie 124
- vier Säulen 118
- Vorteile 129
- Wachstum 118
- wichtige Fragen 65
- Wirtschaftstrends 137
- Zielgruppe 126
- Zusammenarbeit 122
- Marketingplanung
 - Entscheidungsraster 95
 - Realitätssinn bewahren 135
 - Software 130
- Marketingprogramm
 - Anliegen der Kunden aufgreifen 63
 - Anteil der Werbedruck-sachen 224
 - Blogs 297
 - Markengeschichte 329
 - Wechselseitigkeit 60
- Marketingprozess
 - Marketingplan 117
- Marketingstrategie
 - Bestseller-Potenzial ausschöpfen 77
 - datenbasierte 80
 - Einzelhandel 255
 - Produktlinien aktualisieren 340
 - Wachstumschancen finden 69
- Marketingtechnologie
 - auf dem Laufenden bleiben 377
 - automatische Inhaltsanpassung 219
- Marketingtext
 - dieselbe Geschichte erzählen 237
 - klar und präzise 161
 - Neugier 157
- Marketingtrichter
 - auf den Kopf stellen 411
- Markt
 - abschöpfen 353
 - Demografie überwachen 113
 - fragmentierter 384
 - Marketingplan 117
 - Neuerschließung 76
 - Stagnation und Schrumpfung 71
 - Trendanalyse 127
 - Wachstumsrate messen 70
- Marktanteil 81
 - Benchmark festlegen 81
 - bestimmen 81
 - Produktangebot erweitern 75
 - wichtige Kennzahlen festlegen 81
- Marktanteilsstrategie 81
- Marktposition bestimmen 82
- Projektionen berechnen 83
- Markteinführung
 - Beta-Programme 74
 - Crowdfunding 73
 - Erlebnisse 74
 - Präsenz aufbauen 73
 - Produktangebot erweitern 74
- Markteinführungsstrategie 73
- Marktforschung 91
 - Demografie 113
 - eigene Kundendaten auswerten 111
 - Fragen formulieren 99
 - Gefühlslage der Kunden 98
 - gezielt investieren 105
 - Institute und Online-Panels 105
 - Kaufmotivation 98
 - Kundenzufriedenheit 99
 - Lernpläne 107

- Online-Marktforschung 110
- persönliche Gespräche 92
- Persönlichkeitsmerkmale 332
- sekundäre 92
- Social-Listening-Tools 107
- Umfrage-Tools 100
- Zensusdaten 111
- Marktforschungsprozess 97
- Marktführerschaft
 - Nischenmarketing 81
- Marktindikator 128
- Marktinformationen
 - Informationsquellen 71
- Marketingfehler
 - Versprechen nicht einhalten 407
- Marktkategorie 122
- Marktposition
 - SWOT-Analyse 119
- Marktreichweite
 - erweitern 71
- Marktsegment 134
- Marktsegmentierung
 - Content-Management-System 79
 - Kriterien 79, 80
 - RFM-Kriterium 79
- Marktsegmentierungsstrategie 79
- Markttrends 348
- Marktwachstum
 - Indikatoren 70
 - regionale Unterschiede 72
 - überwachen 72
- Metriken 269
- Millennials 32, 169
 - ESP-Raster 66
- Minute
 - wahrgenommene 273
- Mobilgeräte-Marketing
 - Sonderangebote 357
- Multi-Level-Marketing 384
- Multitasking
 - mediales 31
- N**
- Nachrichtenmedien
 - Zusammenarbeit 152
- Net Promoter Score (NPS) 100, 237, 330, 400, 405
 - Richtwert 101
 - soziale Bestätigung 59
- Netzwerk
 - anzapfen 303
 - Bewegungen initiieren 303
 - Fachmessen 304
 - Freundschaftswerbung 307
 - Initiativen fördern 311
 - LinkedIn und XING 201
- Netzwerk-Marketing *siehe* Multi-Level-Marketing
- Neuromarketing 47
- Neurotransmitter 56, 213
 - Cortisol 52
 - Dopamin 52
 - Oxytocin 52
 - Serotonin 52
- Niedrigpreisstrategie 345
- Nischenmarketing 79, 81
 - Positionierung als Experte 294
- Nutzungsrechte 229
- O**
- Occupy Wall Street 36
- Öffnungsrate
 - Direktmail-Kampagne 266
 - personalisierte E-Mail 268
- Offer Ad
 - Facebook 199
- Omni-Channel-Kommunikation 224
- Onboarding 258
- Online-Anzeigen
 - Ergebnisse überwachen 271
- Online-Bewertung
 - Rolle für Verbraucher 212
- Online-Bewertungsportal
 - überwachen 212
 - unmittelbar reagieren 213
- Online-Marktforschung 110
- Online-Shop
 - Gemeinschaftsgefühl schaffen 385
 - Kundenerwartungen 278, 385
 - Online-Chat 385
- Online-Werbeagentur 218
- Online-Werbung 215
 - Bildanzeige 217
 - interaktive Anzeigen 218
 - Textanzeige 217
 - Widgets 218
- Opportunitätskosten 350
- Outlet Store 364
- Oxytocin 407
- P**
- Page Views 283
- Pass-along 187
- Pay-per-Click 217
 - Content-Marketing 148
 - Pay-per-Click-Werbung 292
- Peers 34
- Persönlichkeitstheorie (Freud)
 - Es, Ich, Über-Ich 56
- Personalisierung
 - E-Mails 268
 - effektive 259
 - Marketinginhalte 219
 - Plattformen 292
 - Umfrage 105
 - Verbrauchererwartung 258
 - Website 291
- Pillenklick-Generation 32
- Pinterest
 - B2C 203
 - Werbung 204
- Plakate
 - Sichtbarkeit 75
- Podcast
 - Format 206
 - Geld verdienen 206
 - Marketingoptionen 205
 - Plattformen 206
 - Tipps 206
- Point-of-Sale-Werbung 375, 377
- Positionierung 188
 - finden 84
 - sozialverantwortliche 36
- Positionierungsstrategie 84, 154
 - an Kultur und Demografie anpassen 84
 - Marketinginhalte 154
 - mit Wachstum verbinden 84
- Postwerbesendung
 - Rücklauf 249
- Power Words 161
- PPC *siehe* Bezahlung pro Klick
- PPI *siehe* Bezahlung pro Seitenaufruf
- Präsentation
 - Fachmesse 317
 - kreative 165
- Preis
 - gebrochener oder runder 353
 - Indifferenzbereich 351
 - Luxussegment 352
 - mehr verkaufen 346
 - Prestige 346, 355
 - sekundäre Einflussfaktoren 352
- Preisabsprache 360
 - mit Einkäufern 360
 - verdeckte 360

422 Stichwortverzeichnis

- Preisausschreiben
 - Fachmessen 318
 - Preisbeschränkung 361
 - Preischance 345
 - Preisdumping 350
 - Preisgestaltung 129, 376
 - Ankereffekt 354
 - beschreibende Attribute 354
 - Framing-Effekt 354
 - Händlerrabatt-Struktur 350
 - illegale Preispraktiken 360
 - Kaufverhalten 347
 - Kosten überprüfen 350
 - Nachfragemenge kontrollieren 353
 - nicht kostendeckende Preise 350
 - Preistrends 352
 - Preisuntergrenze 350
 - Produktlinienmanagement 352
 - psychologische Aspekte 353
 - Rabatte 347
 - strategische Ziele 352
 - Vertriebsstrategie 363
 - Währungsfluktuationen 352
 - Wettbewerbsaspekte 352
 - wettbewerbsorientierte 346, 354, 355
 - Ziel 346
 - Preishürde 345
 - Preisinformationen
 - Austausch 360
 - Preisnachlass
 - Beta-Programm 74
 - Preispolitik
 - vier Säulen 118
 - Preisschwelle 349
 - Preissenkung 347
 - Preissensibilität 347
 - hohe 348
 - Preistest 348
 - Preisuntergrenze 350
 - Pressemitteilung
 - Website 286
 - Prestigepreis 359
 - Pricing *siehe* Preisgestaltung
 - Printanzeige
 - codieren 244
 - erfolgskritische Aspekte 239
 - Größe und Wirksamkeit 242
 - Printanzeigen
 - Berufsverbände 242
 - gemeinnützige Organisationen 241
 - lokale Theater 242
 - Lokalzeitung 242
 - Textfluss und Design 234
 - Wirkung messen 243
 - Printbroschüre
 - wirkungsvolles Layout 238
 - Printwerbung
 - Grundelemente 225
 - innere Beteiligung 224
 - preiswerte Optionen 241
 - Probezeit 395
 - Problemerkennung
 - Kundenerlebnisstrategie 40
 - Problemlösungsprozess 407
 - Produkt
 - aufpolieren 339
 - aufwerten 342
 - bedienungsfreundliches 339
 - Bestseller-Ausstiegsstrategie 78
 - Demo-Station 76
 - Differenzierungstest 343
 - innovatives 88
 - kreative Aspekte 166
 - Marketingplan 116
 - Markteinführung 73
 - neues einführen 340
 - Qualität steigern 346
 - registrieren 253
 - signifikantes Unterscheidungsmerkmal 342
 - sozialen Dialog anregen 346
 - Überlebensinstinkte 55
 - Verbraucherbedürfnisse 343
 - Verfechtertest 344
 - Verpackung überdenken 339
 - wirkungsvolle Namen finden 334
 - zusammen mit Experten entwickeln 340
 - Produktangebot
 - erweitern 72, 75
 - Produktbotschaft
 - Unterbewusstsein 48
 - Produktdemonstration
 - Regalköpfe 367
 - Video 211
 - Produktentwicklung
 - kreativ bleiben 167
 - Kreativität 179
 - Kundenumfragen 342
 - Leitfragen 337
 - Produkterweiterungen 337
 - Zusammenarbeit mit Experten 341
 - Produktentwicklungsplanung 95
 - Produktivität
 - optimieren 140
 - Produktkategorie
 - Bezeichnung geschickt wählen 334
 - psychologische Vorbehalte 176
 - spezifische Gefühlsaspekte 52
 - Produktlebenszyklus 87
 - Produktlinie 336
 - Breite 336
 - managen 337
 - Tiefe 336
 - Produktlinien-Preisgestaltung 353, 359
 - Produktpolitik
 - vier Säulen 118
 - Produktpräsentation
 - Besucherverkehr 372
 - Fachmessen 304
 - gestalten 73
 - Produktvergleich
 - Website 284
 - Produktversprechen
 - Kreativ-Briefing 175
 - Projekt
 - lokales 125
 - Promotorenüberhang *siehe* Net Promoter Score
 - Provisionsmodell
 - Pay-per-Click 299
 - Pay-per-Impression 299
 - Publicity 146, 308
 - Webinar 208
 - Publikation
 - Preis-Leistungs-Verhältnis 241
 - Publishing-Software 238
 - Pull-Marketing 371
 - PURL
 - digitale Kampagnen 296
 - Pyramide
 - umgekehrte 156
- ## Q
- QR-Code 152, 162
- ## R
- Rabatt
 - Gefahren 347
 - Häufigkeit überwachen 348
 - Reason Why
 - Kreativ-Briefing 175

- Regalstrategie 366
- Regalköpfe 367
- Relevanz
 - emotionale 31
- Rentabilität
 - maximieren 78
 - steigern 73
- Response Tracking 252
- Return on Investment (ROI)
 - 30
 - Direktmarketing 249
 - relativ oder absolut 410
- Sonderangebote 358
- unrentable Ausgaben vermeiden 136
- Werbedrucksachen 223
- RFM-Kriterium 79
- Rücklaufquote
 - Gutschein 262
- S**
- SaaS-Modell 72
 - Content-Management-System 220
 - Spiele 214
- Schema 48
 - Erwartungen 49
- Schmerz 51
- Schneeballsystem 385
- Schreibfehler 407
- Schriftart 173, 228, 234
 - auswählen 230
 - gutes Design 233
 - komplementäre 232
 - Lesbarkeit 232
 - Markenikonologie 172
 - richtige finden 230
 - Website 280
- Schriftgrad 232
- Schriftlaufweite 232
- Schriftsatz 234
- Segmentierung 259
 - persönliche Daten 258
- Selfmailer 260
- Sichtbarkeit 205
 - Kiosk 75
 - Optionen 75
 - Vertriebsstrategie 366
- Sitemap 293
- Situationsanalyse
 - Marketingplan 130
- Sitzungsdauer
 - durchschnittliche 282
- Skalierbarkeit
 - Design 228
- Slogan 189, 226
- Smartphone
 - M-Commerce 386
- Social Bookmarking 292
- social currency *siehe* Währung, soziale
- soziale
 - Bestätigung
 - Kundenverhalten beeinflussen 59
 - Referenzen 59
- soziale Medien 14,6
 - Content-Marketing 14,6, 14,8
 - eigene Follower befragen 93
 - Inhalte 153
 - Kundenrecherche 93
 - Marke und Konkurrenz im Auge behalten 113
 - Social-Listening-Tools 108
 - Umfragen 110
- Sozialverantwortung
 - unternehmerische 64
- Spaßtheorie 43
- Spieleplattform 214
- Spitzenprodukt
 - Vertriebsstrategie 78
- Sponsoring
 - gemeinnützige Organisationen 312
 - lokales und regionales 313
 - Rentabilität 313
- Stagnation
 - Korrekturmaßnahmen 71
- Stellenangebote
 - Website 286
- stille Generation 356
- Stopping Power 151
 - ehrliche Klickköder 158
 - emotionale Reaktion 159
 - Überraschung 159
- Storytelling
 - dramatische Elemente 159
- Strategie
 - digitale 255
 - Marketingplan 132
- Strukturvertrieb
 - Multi-Level-Marketing 384
- Subhead 225
- Suchmaschinen
 - Content-Marketing 148
- Suchmaschinen-Marketing
 - Sichtbarkeit 75
- Suchmaschinen-Ranking
 - Keyword 216
 - verbessern 293
- Suchmaschinenmarketing 288, 292
- Suchmaschinenoptimierung 205, 271, 288, 292, 294
 - Sitemap 293
- Suchmaschinentrend 216
- SWOT-Analyse 70, 119, 129
- System
 - affektives 55
 - intelligentes 29
- Szenario-Prognose 142
- T**
- Tausend-Kontakt-Preis (TKP) 239
- Technologie
 - Kunden analysieren 29
 - Nutzung durch Verbraucher 30
- Telefonmarketing 273
- Text
 - Gefühle ansprechen 173
 - Korrektur lesen lassen 162
 - Quellen angeben 162
 - Resonanz erzielen 173
- Textgestaltung
 - umgekehrte Pyramide 156
- Tools
 - digitale *siehe* digitale Tools
- Transaktionen
 - Anzahl reduzieren 371
- Transaktionsverlauf 252
- Transaktionswert 80

424 Stichwortverzeichnis

- Transparenz
 - Umfragen 105
 - zeigen statt behaupten 161
- Transportkosten 350
- Trendanalyse 111
- Trendbericht 111
- Treueprogramm
 - Kundenbindung 384
- Triebkräfte
 - emotionale 407
- Trigger-E-Mail 267
- Tripwire-Marketing 87
- Twitter 149
 - Gefolge aufbauen 200
 - Konto mit Facebook verknüpfen 200
 - Profilseite 200
 - Werbegeschenkaktionen 319
- U**
- Überblicks-Flyer
 - Elemente 236
- Überlebensinstinkt 55
- Überzeugung
 - ändern 48
- Umfrage 99
 - auf der eigenen Website 106
 - Datenbank 109
 - Ergebnisse kaufen 105
 - Frage-Tipps 102
 - Fragen formulieren 196
 - gestalten 100
 - Konfidenzniveau 102
 - Lead-Generierung 392
 - nur eine Frage stellen 110
 - Online-Anbieter 106
 - personalisierungsrelevante Fragen 105
 - Praxis-Tipps 103
 - Teilnehmerlisten kaufen 105
 - Transparenz 105
- Umfrage-Tools 100
- Umsatzmöglichkeiten
 - neue 72
- Unique Page Views 283
- Unternehmenswachstum
 - Verzweigungen 330
- Upselling 259
- URL-Registrierung 279
- V**
- Verantwortung
 - gesellschaftliche 123
 - soziale 64
- Verbraucher
 - Einkaufsverhalten 174
 - Entscheidungsfreiheit 174
 - Internetnutzung 215
 - Mentalität 31
 - Vertrauen gewinnen 34
- Verhalten
 - emotionale Prämissen 51
- Verhaltensmarketing 56
 - Spiele 213
 - Umfragen gestalten 104
- Verhaltenspsychologie
 - Trigger 56
- Verkauf
 - psychische Triebkräfte 51
 - Skalierungsprobleme 398
- Verkaufsangebot
 - emotionales 32, 40
- Verkaufsargumente
 - emotionales Alleinstellungsmerkmal 396
- Verkaufskanal
 - Direktabgabe an Verbraucher 384
 - Einzelhandelsgeschäfte 387
 - Internethandel 385
 - Kunden erreichen 391
 - M-Commerce 386
 - Multi-Level-Marketing 384
- Verkaufskultur 379
- Verkaufspräsentation
 - Argumente untermauern 396
 - Drei-I-Prozess 395
 - emotional wirkungsvolle 394
 - kostenlose Probezeit 395
 - Markengeschichte erzählen 396
 - zeigen statt sagen 396
- Verkaufsprozess
 - Befürchtungen ausräumen 391
 - Beratungsverkauf 393
 - Callcenter 272
 - Customer Lifetime Value 390
 - emotionale Alleinstellungsmerkmale 389
 - kostenlose Probezeit 395
 - Leads generieren 390
 - Service Recovery 397
 - unter die Lupe nehmen 388
- Verkaufsstrategie 129
 - auf Kundenbindung abstellen 382
 - Nachhaltigkeit 382
 - Online-Chat 386
- Verkaufsteam
 - Aufgabe klar definieren 400
 - Bezahlung 400
 - eigenes 399
 - Handelsvertreter 398
 - Organisation optimieren 398
 - Produktivität 397
- Versand
 - kostenloser 368
- Vertrauen 34
 - Branchenunterschiede 34
 - signalisieren 173
 - zeigen statt behaupten 161
- Vertrieb
 - Edelboutique 363
 - Outlet Store 364
- Vertriebskanal 134
 - Anzahl der Transaktionen 370
 - Marketingplan 117
 - mehrstufiger 350
 - paralleler 365
 - wählen 364
- Vertriebskanalstrategie
 - Absatzmittler 371
 - Effizienz 370
- Vertriebsnetzwerk
 - erweitern 366
- Vertriebspartner
 - finden 369
 - Leistungsmerkmale 371
 - Multi-Level-Marketing 384
- Vertriebsprognose
 - Marketingplan 135
- Vertriebsstrategie 363
 - 80/20 365
 - B2B-Bereich 364
 - Display 364
 - exklusive 365
 - intensive 365
 - Internet-Handelsplattformen 367
 - mit Zielen abstimmen 364
 - Produktplatzierung 366
 - selektive 365
- Vertriebsweg 30
- Verwandtschaft 124
 - verwandtschaftliche Beziehung herstellen 125
- Verwandtschaftsökonomie 125
- Verweildauer 282
- Video
 - B2B-Tipps 211
 - B2C und B2B 210

- durchschnittliche Sitzungsdauer 282
- Handlungsaufwurf 211
- Lead-Generierung 392
- Unterschiede B2B und B2C 211
- Website 286
- Wirksamkeit 209
- Youtube-Kanal 211
- Vier-Säulen-Modell 118
- View-Through-Rate (VTR) 271
- Vlog 297
- W**
- Wachstum
 - aktuelle Chancen 69
 - Marketingplan 118
- Wachstumsstrategie 88
- Währung
 - soziale 125
- Warenkorbbbruch 267
 - Erinnerungs-E-Mail 268
- Warenzeichen 338
 - eingetragenes 226
- Web-Content-Management-System 292
- Webadresse
 - Warenzeichen 279
- Webanalyse
 - kundenspezifische 113
- Webdesign
 - responsives 291
- Webinar
 - bewerben 209
 - Bonusangebote 208
 - E-Mail-Adressen 209
 - Kosten 208
 - Plattformen 207
 - Substanz 208
 - Vorteile 207
- Webmail-Plattform 292
- Website
 - abwechslungsreiche Inhalte 291
 - als Geldquelle 298
 - Besucherzahlen steigern 284
 - Designelemente 287
 - Dialog 277
 - eigene 152
 - Einzelunternehmer und Nischenmarketer 294
 - Erfolgskontrolle 280
 - ergänzen 293
 - erster Eindruck 280
 - Erstkontakt mit Marke 298
 - Facebook 195
 - Fotos 290
 - Gemeinschaft 278
 - Geschäftsbedingungen 277
 - gesellschaftliche Unternehmensverantwortung 277
 - Informationen 283
 - Inhalte optimieren 283
 - Interaktivität 110
 - Internetpersönlichkeit 288
 - Internetumfrage 285
 - Kontaktinformationen sammeln 291
 - Kunden interaktiv ansprechen 391
 - Kundenbewertungen 277
 - Lead-Generierung 391
 - Markenbildung 288
 - Markenidentität 275
 - Markenimage 276
 - Navigation 290, 291
 - Produktdetails 277
 - Stickiness 283
 - Unternehmensführung 277
 - URL 278
 - URL-Registrierung 279
 - Verbrauchererwartungen 275, 277
 - Vorlagen 289
 - Weiterleitung 198
 - wichtige Inhalte 286
- Website-Design
 - goldenes Dreieck 288
- Wechselseitigkeit 60
- Werbeagentur 136
- Werbeaktion 134
 - geeignete Kanäle wählen 356
 - Kosten 358
- Werbebotschaft
 - emotionales Alleinstellungsmerkmal 61
- Werbebrief
 - persönlich adressierter 249
- Werbedrucksachen
 - Anforderungen an Designs 228
 - Angebotsumschlag 260
 - Designelemente 227
 - Häufigkeit 240
 - Handlungsaufwurf 261
 - Kreativer Umschlag 261
 - Lockumschlag 260
 - Markenpersönlichkeit 289
 - mit Designern zusammenarbeiten 227
 - notwendige Bestandteile 225
 - Rücklaufquote 223
- Schriftarten 230
- selbst designen 229
- Tarnumschlag 260
- Verständlichkeit 224
- Verweis auf Webpräsenz 226
- Weiterleitung auf Landing-Pages 262
- Werbebesuchen
 - Demografie 318
 - Fachmessen 318
 - Kontaktinformationen 319
 - Langlebigkeit 319
 - Nutzungsort 318
 - Verkaufsprozess 319
 - Zugänglichkeit 319
- Werbemakler 218
- Werbematerial
 - intern entwerfen 136
- Werbeort 183
- Werbeträger
 - Promis 160
- Werte
 - visuell repräsentieren 169
- Wertvorstellung
 - bewusste und unbewusste 49
- Wettbewerb
 - Veränderungen 343
- Wettbewerbsanalyse
 - Positionierungsstrategie 84
- Wettbewerbsvorteil
 - Exklusivität und Knappheit 77
 - Vertrauen 35
 - Wissen sammeln 107
- Wirtschaftsindikator 127, 137
- Wirtschaftsprognose
 - negative 138
- Wirtschaftstrends 348
 - überwachen 138
- Wörter
 - wirkungsstarke 174
- Workshop
 - finanzieren 309
- Wunschdenken 185
- Wunschpersönlichkeit
 - Kreativ-Briefing 177
- X**
- XING
 - Internetpräsenz 293
- Y**
- YouTube
 - Internetpräsenz 293

426 Stichwortverzeichnis

Z

Zeitabschnittsprognose 143

Zeitvertrag

 Kundenbindung 383

Ziele

 Kreativ-Briefing 175

 Marketingplan 116, 131

Zusammenarbeit

 lokale 125

Marketingplan 122

Zusatzleistungen

 entwickeln 394