

# Inhaltsverzeichnis

	Seite
<i>Statt eines Vorworts: Warnung und Ermunterung zugleich</i> . . . . .	V
<i>Wetten, daß auch Sie von Direktwerbung profitieren werden?</i>	
Kapitel 1: Erfolgsstories aus allen Branchen . . . . .	1
<i>Der Blick hinter die Kulissen: Um was geht es?</i>	
<i>Die entscheidenden Vorteile</i>	
Kapitel 2: Was hat Direktmarketing mit Marketing zu tun und Direktwerbung mit Werbung? . . . . .	9
Kapitel 3: Deshalb haben Sie die Nase vorn: Die Vorteile der Direktwerbung . . . . .	12
<i>Kein Erfolg ohne gründliche Vorbereitung: Von der Situationsanalyse über Ziele, Zielgruppendefinitionen bis hin zur Ablaufplanung</i>	
Kapitel 4: Jetzt geht's an Ihr konkretes Problem . . . . .	21
Kapitel 5: Die Situationsanalyse schafft Klarheit . . . . .	22
Kapitel 6: Zielsetzungen und Strategie für Ihr konkretes Projekt . . . . .	34
<i>Jetzt ist Ihre Kreativität gefordert: Abbildungs- und Text-Gestaltungs-Know-how in der Direktwerbung</i>	
Kapitel 7: Prognose: Wird's schwarze Zahlen geben? . . . . .	39
Kapitel 8: Ihre Angebots-Analyse . . . . .	44
Kapitel 9: Zielgruppen-Analyse und -Bestimmung . . . . .	54
Kapitel 10: Termingerecht werben . . . . .	66
Kapitel 11: Jetzt ist es Zeit für Ihre Copy-Strategie . . . . .	70
Kapitel 12: Formulieren Sie Slogan, Schlagzeilen und Vorteilsstrategie . . . . .	76
Kapitel 13: Die begründete Werbemittel- und Werbeträger-Auswahl . . . . .	91
Kapitel 14: So bauen Sie Ihr Package zusammen . . . . .	102
Kapitel 15: Fangen wir mit dem Umschlag an . . . . .	110
Kapitel 16: So sollte Ihr Brief aussehen . . . . .	116
Kapitel 17: Verkauft Ihr Verkaufsprospekt? . . . . .	128
Kapitel 18: Antwortkarte, Antwortschein . . . . .	134
Kapitel 19: Haben Sie Gewicht frei für Stuffer? . . . . .	141
Kapitel 20: Wie können Sie Ihr geplantes Mailing optimieren? . . . . .	143
<i>Ohne professionelles Lettershop-Response-Management läuft nichts</i>	
Kapitel 21: Planen Sie die Lettershop-Arbeiten . . . . .	147
Kapitel 22: Optimales Follow-up . . . . .	150

	Seite
<i>Nur durch 100%ige Kontrolle können Sie sich verbessern und weiterentwickeln</i>	
Kapitel 23: Abrechnen – aber komplett .....	153
Kapitel 24: Erfolgskontrolle und Manöverkritik .....	155
<i>Zu guter Letzt</i>	
Kapitel 25: Die wichtigsten Anwendungsmöglichkeiten für Direktwerbung – alle erfolgsgetestet .....	159
Kapitel 26: Haben Sie durchgehalten? .....	163
<i>Literatur-Hinweise</i> .....	165
<i>Direktwerbe- und Direktmarketing-Verbände</i> .....	166
<i>Und zum guten Schluß</i> .....	167
<i>Stichwortverzeichnis</i> .....	170