

Inhaltsübersicht

Vorwort	V
Teil A: Der Weg ist das Ziel	1
Teil B: Strategisch denken, praktisch handeln	21
Teil C: Die kreative Umsetzung	79
Teil D: Alles über Mailings	109
Teil E: Grenzenloses Direktmarketing	169
Teil F: Mit „Telemarketing“ binden Sie den Sack zu	191
Teil G: Produktion, Weiterverarbeitung, Versand	209
Teil H: Das Werbe-Budget: Planung, Kalkulation, Kontrolle	229
Teil I: Die Database: Mittelpunkt des erfolgreichen Direktmarketing	247
Teil J: Alles was Recht ist	261
Teil K: Großes „Extra“: Online-Marketing	269
Anhang	319
Lexikon der Fachbegriffe	319
Sie bleiben nicht allein	336
Stichwortverzeichnis	337