

## INHALTSVERZEICHNIS

Vorwort . . . . .	7
Vorgeschichte . . . . .	9
Zwölf Jahre später . . . . .	13
I. Wie leitet man eine Werbeagentur? . . . . .	17
II. Wie man Kunden gewinnt . . . . .	39
III. Wie man Kunden behält . . . . .	77
IV. Wie benimmt sich ein guter Kunde? . . . . .	95
V. Wie entstehen große Kampagnen? . . . . .	117
VI. Wie schreibt man wirkungsvolle Texte? . . . . .	137
VII. Wie werden Anzeigen und Plakate gestaltet? . . . . .	151
VIII. Wie macht man einen guten Fernsehspot? . . . . .	169
IX. Wie wirbt man erfolgreich für Lebensmittel, Reiseziele und Arzneien? . . . . .	175
X. Wie klettert man die Leiter des Erfolges hinauf? . . . . .	183
XI. Sollte man Werbung abschaffen? . . . . .	193