
Inhaltsverzeichnis

1 Kampagnen kreieren und durchführen: nach allen Regeln der Kunst?	1
1.1 Die Idee	2
1.2 Warum für uns diese Idee so Erfolg versprechend war	3
1.2.1 Die Marktanalyse	3
1.2.2 Der Markenkern	6
1.2.3 Neuro-Marketing	6
1.2.4 Die Präsentation	14
Literatur	28
2 Der Köder muss dem Angler schmecken: was wir hätten anders machen müssen	31
2.1 Das hatten wir uns anders vorgestellt: die Präsentation und ihr Ergebnis	31
2.2 Was wir hätten anders machen müssen: Kommunikation als Schlüssel	34
2.2.1 Das Bedürfnis nach Klarheit: Einstellungen	34
2.2.2 Das Bedürfnis nach Zugehörigkeit	38
2.3 Vorbereitung auf ein Gespräch	44
Literatur	47
3 Das Briefing	49
3.1 Kleiner Exkurs vorab: Gesprächsformen	49
3.2 Das Briefing als Informationsgespräch	50
3.3 Drei Gesprächsstrategien	54
3.3.1 Metakommunikation	55
3.3.2 Paraphrasieren	57
3.3.3 Fragen	58

3.4	Das Briefing als Beratungsgespräch	63
3.4.1	Gesprächsphasen	63
3.4.2	Ein schwieriges Gespräch	65
3.4.3	Botschaften	66
3.4.4	Argumentationen	70
	Literatur	83
4	Die Angler: die Bilder im Kopf der Auftraggeber verstehen.	85
4.1	Das Großunternehmen	86
4.1.1	Das Briefing.	86
4.1.2	Der Pre-Test.	88
4.2	Das mittelständische Unternehmen.	90
4.3	Der kleine mittelständische Betrieb	91
4.4	Die Einzelunternehmer	92
4.4.1	Die Einzelhändler	93
4.4.2	Die Dienstleister und die Handwerker	95
4.5	Die Laien.	97
5	Die Präsentation	99
5.1	Die Präsentation aus untergeordneter Position	99
5.1.1	Die Präsentation nach einem Briefing.	99
5.1.2	Die Wettbewerbspräsentation	113
5.1.3	Die Präsentationen von Einzelmaßnahmen.	115
5.2	Die Präsentation aus beratender Position	117
5.2.1	Die Kampagnenberatung.	117
5.2.2	Präsentation eines Logos oder eines Corporate Design	118
5.2.3	Mediaplanung	119
	Literatur	121
6	Verhandlungen.	123
6.1	Die Etat- bzw. Budgetverhandlung	123
6.2	Die Verhandlung in einer Konfliktsituation	127
6.3	Die Kooperationsverhandlung	134
	Literatur	137

7 Konfliktgespräche	139
7.1 Streitgespräche	140
7.2 Kritikgespräche	140
7.2.1 Kritik aus dominanter Position	141
7.2.2 Kritik aus untergeordneter Position	153
7.2.3 Die „Stellvertreter-Kritik“	161
Literatur	163
8 Das Erstgespräch	165
8.1 Die Vorbereitung	165
8.2 Die Präsentation	167
Literatur	169

Zielführende Kommunikation zwischen Agentur und
Kunde

Erfolgreiche und effiziente Zusammenarbeit im Team

Pawlowski, K.; Pawlowski, P.

2018, XI, 169 S. 17 Abb., 1 Abb. in Farbe., Softcover

ISBN: 978-3-658-14464-7