

PR - Guerilla-Marketing

Letzte Aktualisierung Freitag, 3. April 2009

Selbst Global Player wie Burger King, BMW Mini, Google, Mercedes Benz, Microsoft, Nike, Vodafone und viele mehr setzen heute auf Guerilla Marketing. Es handelt sich also schon lange um keine Modeerscheinung mehr, sondern einen Baustein, der sich bereits fest im Marketing Mix etabliert hat.

:::Freiklick:::> FreE-Book: Guerilla-Marketing pdf., 720 KB, 2007

Guerilla-Marketing ist die Kunst, den von Werbung übersättigten Konsumenten, größtmögliche Aufmerksamkeit durch unkonventionelles bzw. originelles Marketing zu entlocken. Dazu ist es notwendig, dass sich der Guerilla-Marketer möglichst, wenn auch nicht zwingend, außerhalb der klassischen Werbekanäle und Marketing-Traditionen bewegt. Da ist ein Buch mit schon wieder "klassischen" Ideen ganz gut für das eigene Brainstorming. Und gerade bei den "Marketingmassnahmen" der Einrichtungen der Zivilgesellschaft sind neue Ideen immer gefragt, denn die Kasse ist meist knapp. eC