



Guerilla Marketing

-

Werbung mit kleinem Budget



Mittwoch, 14. Januar 2015

WANTED

**Wer ist
Stefan Frisch?**

BANK ROBBERY

LOOTING & CRIMINAL NEGLECT

Responsible for thousands of job losses

- Seit 18 Jahren im Markt
- Immer im
Mittelstand ohne Mitte
- Kreativität gefragt
- Werbung kostet zu viel
und versendet im Nirwan

- 
- A man with short grey hair and glasses is holding a whiteboard in front of his face. He is wearing a dark suit jacket over a light-colored shirt. The background is a solid blue color. The whiteboard contains a list of four items, each preceded by a blue bullet point.
- Minimalist
 - Preistaliban
 - Rhetorik-Yoga-Lehrer
 - Beziehungstherapeut

Des Mittelstandes apokalyptische Reither:



Die vier apokalyptischen Reiter des teutschen Mittelstands: Preiskampf, Marketingkosten, Verkaufsdilletanthen und der liederliche Kundenservice. Bekämpft sie all!

www.machtfrisch.de



4 Themen im Fokus

- Marketingetat minimieren
- Rabattkampf entkommen
- Verkauf steigern
- Kunden binden





WTF is Guerilla-
Marketing?

Kunde wird bombardiert
vom

Unterbrechungsmarketing



Täglich 20.000 mal

Aufteilung des Marktes in Mikro-Märkte



Heute

Erkenntnis:

Herkömmliches Marketing

funktioniert nicht



Erkenntnis:

*Herkömmliches
Marketing* tot!

ist



Wie Marketing

trotzdem

noch funktioniert

Unerwartet - Außergewöhnlich -
Interessant

Mehr Mut wagen
beim Werben!

Guerilla-Market-

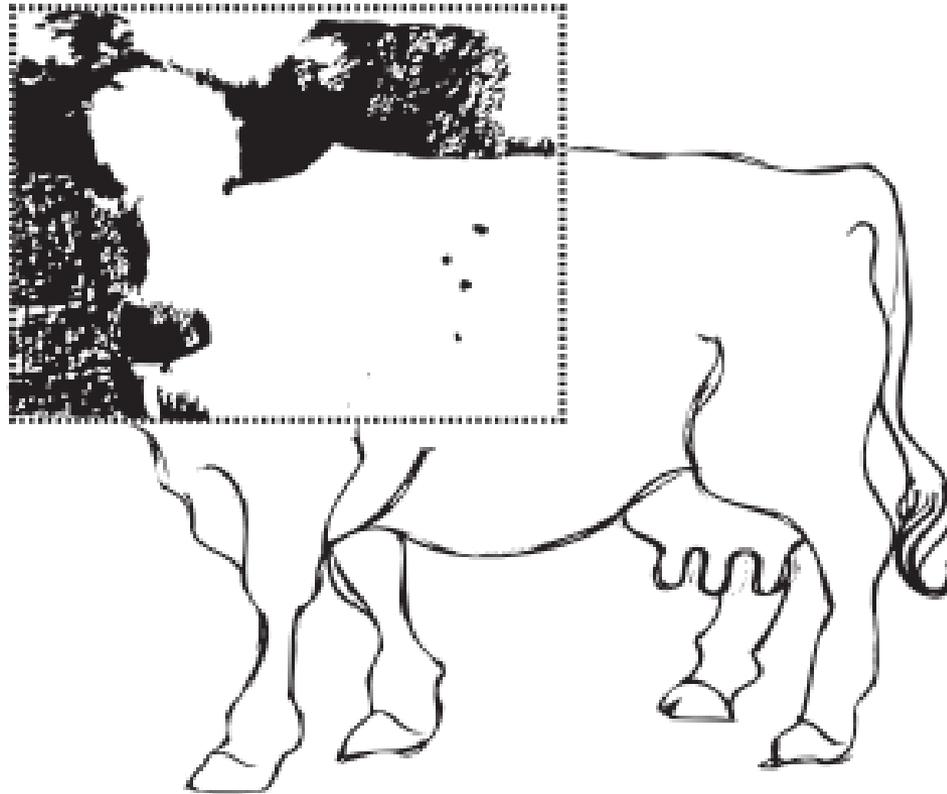
3 Wege:

- Mutiger werben
- Service Design
- Neue Wege gehen

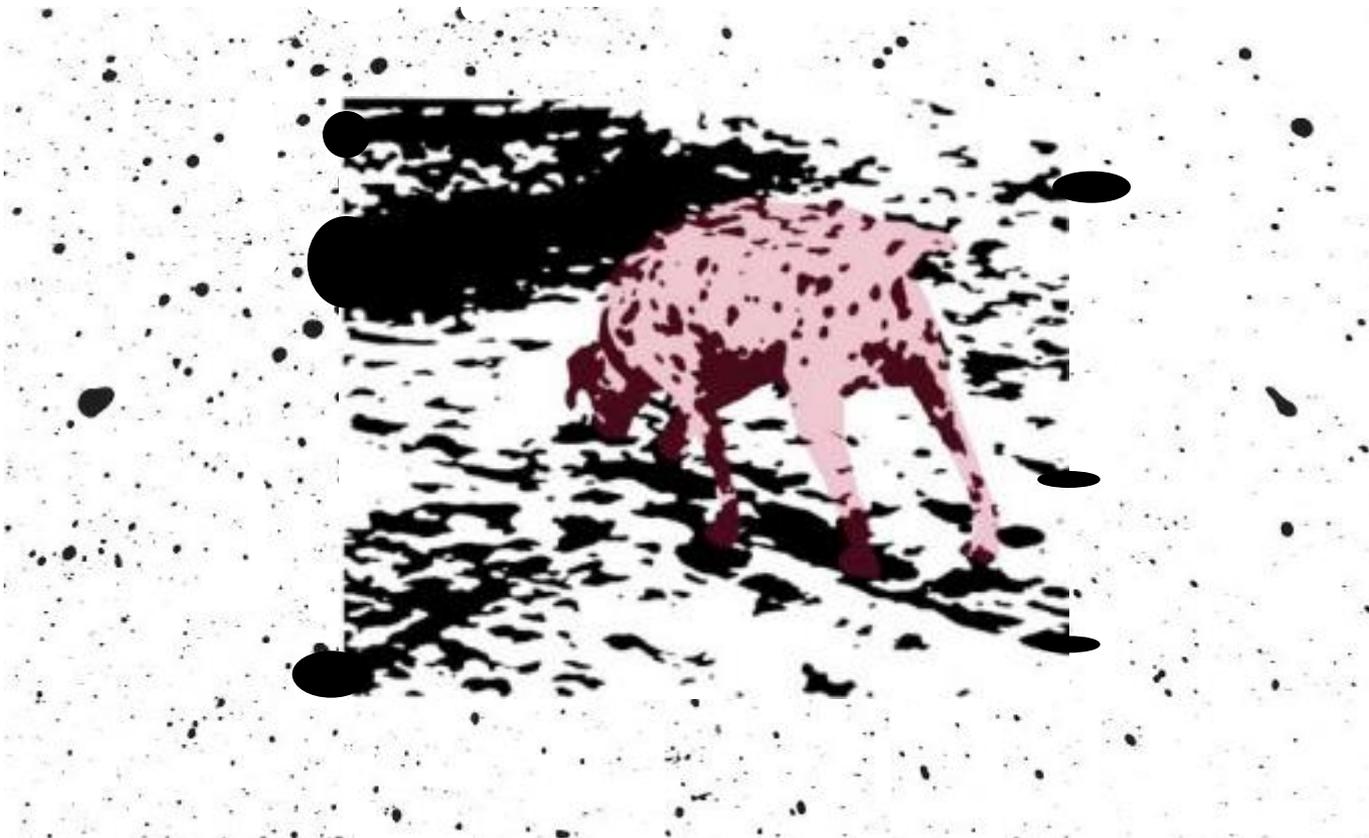
1. Weg:

- Mutiger werben
- Service Design
- Neue Wege gehen

Lockerungsübung Watt´n ditte?



Lockerungsübung Was ´n das?



Lockerungsübung

Die hidden Tigge



Es geht um
Aufmerksamkeit...

h
...raus aus dem
Wahrnehmungstunnel!!!
n

Nochmal:

WTF is Guerilla-
Marketing?

Guckst
u!

Dental implant insurance from €9.90 per month

☎ 0800 999 4420 (Freephone) or www.kqv.de



Sichtweisen ändern

Unerwartete Situationen



**Need a
divorce lawyer?**
call Karel Byl - 014/43 89 34



**Need a
divorce lawyer?**
call Karel Byl - 014/43 89 34

Low-cost Beispiele Scheidungsanwalt



Ihre Visitenkarte???

100%
WOOL



The Farm

www.thefarmindoorcounty.com

Vivianne's Studio

**BALLET
CLASSES**

classic - modern

Limited enrollment - Call now

Low-cost Beispiel
Ballettschule



Low-cost Beispiel Reisebüro



Großbeispiel

Einflugschneise



City-Parking





Parken II



Draussen vor der Tür

Bauer Bechtold

Reverse Graffiti

Broschüre

KULINARISCHES MANIFEST ZUM VOLKSWOHL!

Russische Botschaft

Verehrte Kunden,

für unsere Baguettes und Salate werden nur ausgewählte Qualitätsprodukte verwendet. Dies bedeutet, daß wir schon beim Einkauf der zu verarbeitenden Rohstoffe auf Geschmick, Frische und höchste Qualität achten.

Das bedeutet konkret:

Festester Preper-Winterschinken	statt	Formfleisch Vorderschinken
Premium Puterbrust	statt	aus Reststücken popozierte Puterwurst
französischer Schotzkäse	statt	Fettkäse aus Kuhmilch
Cherry Ast Tomaten (für unsere Salate)	statt	Holländische Gewichthaus-Tomaten
Frische Champignons	statt	Dosenchampignons o. Dosenpaprika
frische Paprika		
Landjerken		
Kalt gepresstes Olivenöl		
etc.		

Wir denken, daß auch Sie gerade durch die jüngsten Landwirtschafts- und Lebensmittelkandale sensibilisiert sind und unser Qualitätsbewußtsein weiterhin zu schätzen wissen.

Mit herzlichen Grüßen

Michail Baguettski

Michail Baguettski


МИХАИЛ
БАГУЕТТСКИ


МИХАИЛ
БАГУЕТТСКИ



Unerwartete Situationen

Mondo Pasta Ambient Media "Noodleslurper"

To get Mondo Pasta on everyone's mind, we created a bigger than life promotion at the most frequented place in Hamburg: the harbor.

Huge stickers of faces turned ships into permanent pasta slurpers.



Intelligent

Seite 11 / Freitag, 10. Januar 2003

Trotz Frost stellt das „Black Bean“ Tische vor die Tür Kaffee in der Kälte

Winter ist optimal für Waldarbeit — Spaß beim Campen

VON SILKE ROENNEFAHRT UND JOHANNA SÄUBERLICH

Erst Hochwasser und Sturm, dann eisige Kälte: Minus 15 Grad zeigt das Thermometer nachts an, auch am Tag klettert es gerade mal auf sechs Grad unter null. Harte Zeiten für alle, die von Berufs wegen im Freien sein müssen – oder etwa nicht? Die Lokalkorrespondent hat sich umgehört.

Auf ein Kleidungsstück würde Gerd Riedl im Moment nur ungern verzichten: Die von seiner Schwiegermutter gestrickten Wollhandschuhe zieht der Polizeihauptmeister momentan nur selten aus, wenn er in der hübslichen Altstadt auf Streife geht. „Da überprüft man sich zweimal, ob man einen Parkständer aufschreibt“, gesteht der 42-Jährige. Ansonsten lässt ihn das Wetter jedoch relativ kalt. Pullover und Lederjacke reichen dem Beamten, sein Winteranorak hängt meistens im Spind. Durch die täglichen Runden um die Rathauswache sei er abgehärtet, meint Riedl. „Ich hab' schon seit Jahren keinen Schnupfen mehr.“ Mit der trockenen Kälte komme er gut zurecht, nasskaltes Novemberwetter sei schlimmer.

Auch Hans-Joachim Ulrich, Förster in Zabo, freut sich über den Frost. Bei der körperlich anstrengenden Waldarbeit kommen er und seine Kollegen schließlich schnell ins Schwitzen, Minusgrade sind also angenehm. „Bei zehn Grad unter null hört der Spaß aber auf“, meint Forstwirt Axel Horlich, der gerade eine Kiefer gefällt hat. Handschuhe und eine Griffheizung in der Motorsäge erleichtern die Arbeit, zum Aufwärmen in der Pause steht ein Bauwagen bereit. Horlich und Ulrich haben im Moment alle Hände voll zu tun, denn für die Holzerte ist die kalte Jahreszeit optimal. Auf dem gefrorenen Boden richten die schweren Maschinen weniger Schaden an, das frisch gefällte Holz hält sich länger, weil in den Stämmen kein Saft steht, der sonst idealer Nährboden für Bakterien ist.

Mit dem Schnitt von Bäumen und Gewächsen ist auch das Gartenbau-



Eingekuschelt in eine Decke, schmeckt der Kaffee auch im Freien.

Foto: Michael Matojka

STADT NÜRNBERG

ANZEIGE

news 4 U

Im Extrablatt lest
Ihr morgen:

- Extra-Tour: Es ist noch kein Stuntman vom Himmel gefallen
- Extra-Info: Vorbeugen statt bestrafen – Was Politiker zu kriminellen Jugendlichen zu sagen haben
- Extra-Tipps: Wohin im Januar

NÜRNBERGER
Nachrichten

amt in der kalten Jahreszeit beschäftigt. Außerdem sorgen die Mitarbeiter dafür, dass die Gehwege vor den Grünanlagen und die Durchgangswege in den Parks schnee- und eisfrei sind. Ausgestattet mit dicker Latzhose und speziellen Winterparka muss niemand frieren, meint der Chef des Gartenbauamtes, Rudolf Kuhlmann. „Unsere Leute bewegen sich ja.“

Doch auch im Sitzen kann man's aushalten – eingekuschelt in eine Wolldecke und mit der heißen Kaffeetasse in der Hand. Möglich macht's das Café „Black Bean“ am Ludwigplatz, das Stühle und Tische, anders als die Kon-

kurrenz, nicht zusammengeklappt hat und die Gäste mit Decken versorgt. Gestern, gesteht der stellvertretende Shopleiter Holger Kurfürst, machte zwar nur ein Kunde von dem Angebot Gebrauch. „Doch wenn's ein bisschen wärmer ist, finden das viele klasse.“

Auch Familie Niggemann aus dem westfälischen Hamm liebt die klirrende Kälte. Auf dem Weg zum Wintercamping in Südtirol hat sie in Nürnberg Station gemacht und im beheizten Wohnwagen wunderbar geschlafen. „Es gibt kein schlechtes Wetter, sondern nur schlechte Kleidung“, sagt Winny Nuss, Leiter des „Knaus Car-

pingparks“ am Frankenstadion. Sein Platz ist ganzjährig geöffnet und auch im Winter, etwa zur Spielwarenmesse, gut besucht. „Wintercampern ist egal, wie kalt es ist“, sagt Nuss.

Von dem Minusgraden profitiert auch die N-Ergie, denn jetzt laufen die Heizungen auf Hochtouren. Um 15 Prozent stieg der Verbrauch an Erdgas in den vergangenen Tagen. An der Heizung sollte man auch nicht sparen, rät die Feuerwehr. Sonst lässt der Frost womöglich die Wasserleitungen platzen – und das macht sich spätestens beim nächsten Tauwetter unangenehm bemerkbar.

Intelligente



YouTube DE

fürth freeze

Video h

0:49 / 3:32

Fürth-Freeze

Suedstadttreff · 34 Videos

Abonnieren 7

7.725



Im Kleinen

Netzwerk-Notruf



EDV-Schmidt
0911-23 55 787

Freche Werbeplakate

Kommen Sie doch näher.

tb

Bergemann & Sohn Bestattungskultur

Jonasstraße 7, 10551 Berlin Tiergarten, Telefon 030/3 95 18 18, www.billiger-berliner.de

Visitenkart en



Mit Tätigkeiten spielen



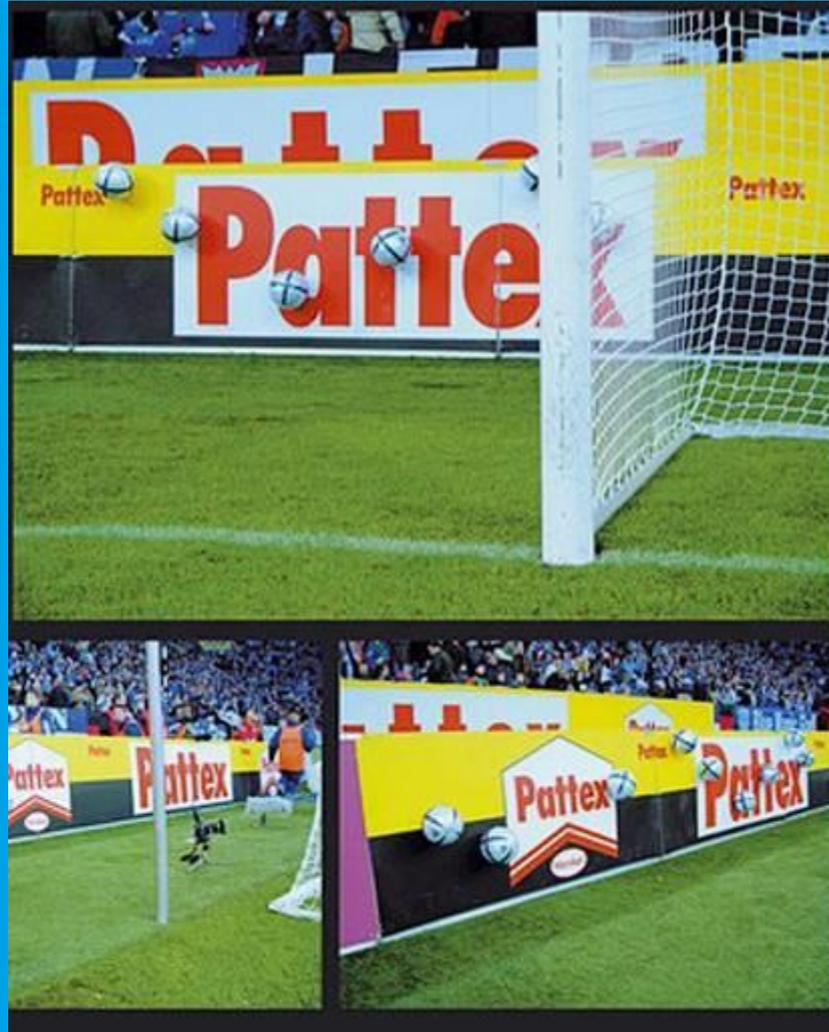
Gewohntes anders zeigen



Unerwartete Situationen



Unerwartete Situationen



Low-cost Beispiele Friseur



Low-cost Beispiele Hairstylist



Low-cost Beispiele Hundetrainer

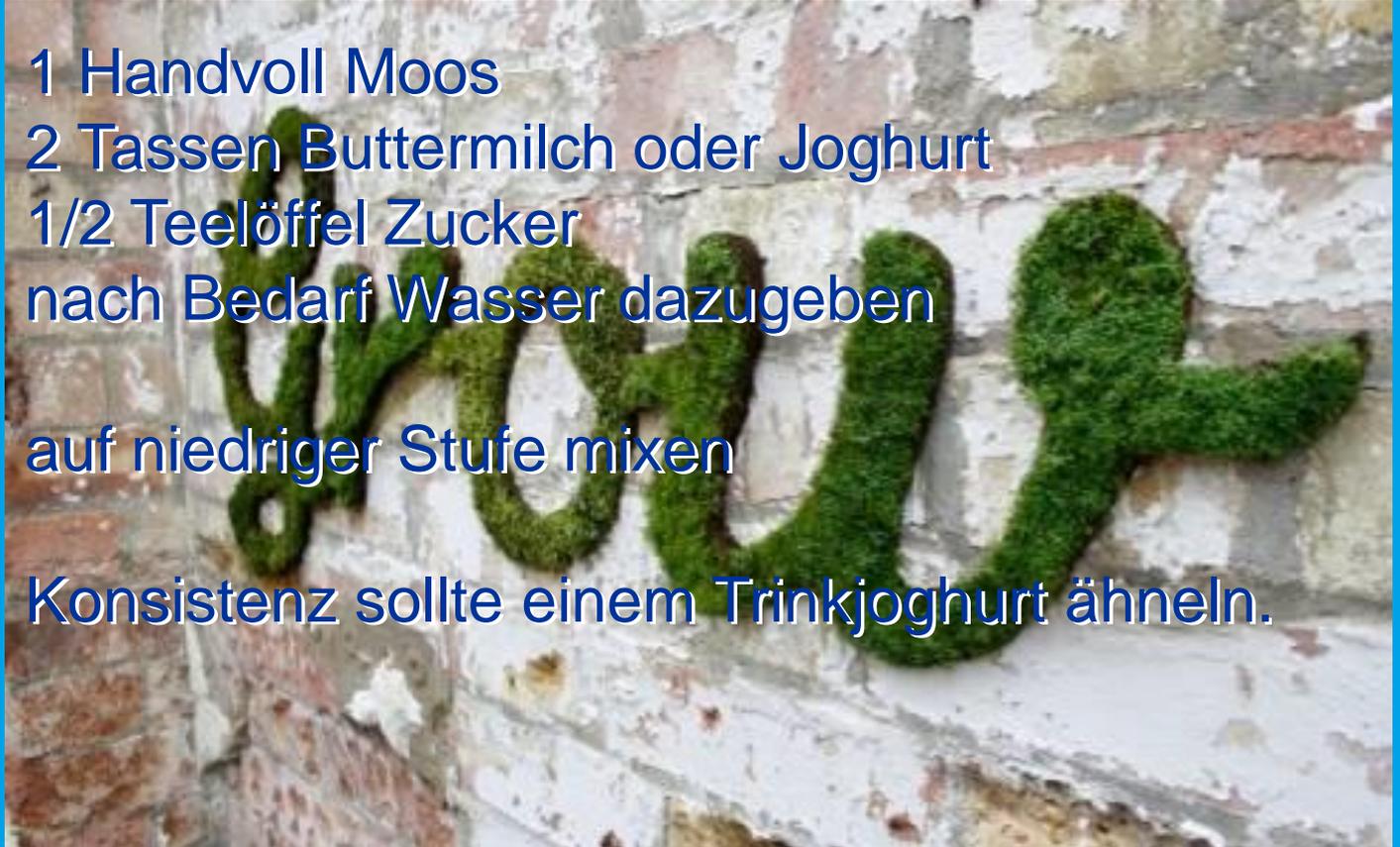


Rezept

1 Handvoll Moos
2 Tassen Buttermilch oder Joghurt
1/2 Teelöffel Zucker
nach Bedarf Wasser dazugeben

auf niedriger Stufe mixen

Konsistenz sollte einem Trinkjoghurt ähneln.





Fed up with
the yoyo effect
of most diets?
www.weightwatchers.be

 **WeightWatchers**
Get it off and keep it off.

Personalisierte Geschenke:



chocolissimo.de

Geht das auch
im

Grünen
Bereich











Dieser Minipark wurde gestiftet
von **Gartenbau**
Grubmüller



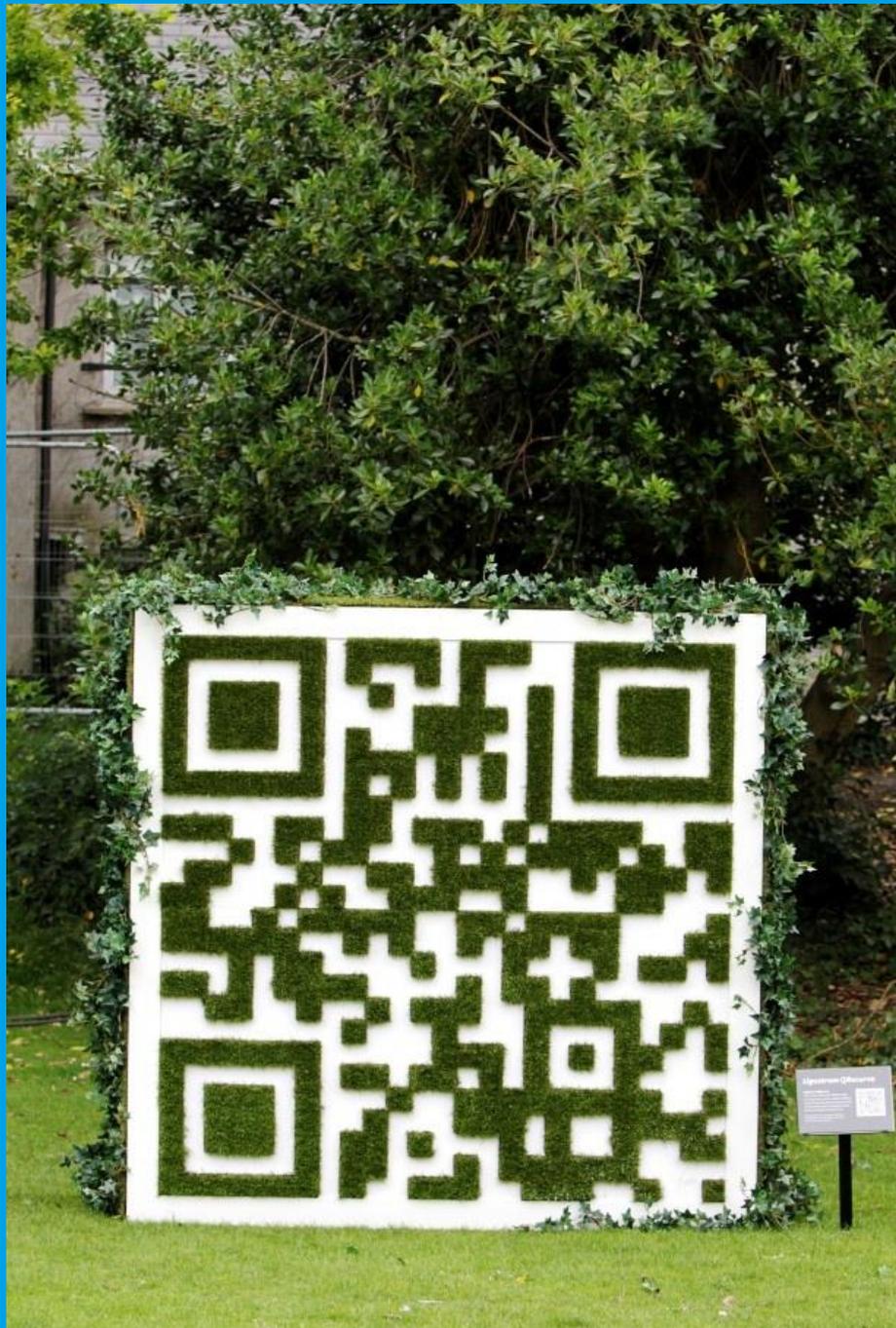
Dieser Minipark wurde gestiftet
von **Gartenbau**
Grubmüller



Dieser Minipark wurde gestiftet
von **Gartenbau**
Grubmüller



Dieser Minipark wurde gestiftet
von **Gartenbau**
Grubmüller









Pflanzen machen eine
Schöne Stadt!
Gartenbau Grubmüller









Überall ist
Platz für 1 Garten
Gartenbau Grubmüller

FRESH
SALADS



Denken Sie

Quer!

Guerrilla Marketing



TT PP

Guerilla Marketing Workshop

ERGEBNIS

Beispiel

Karola Taig

Immergrün

A photograph of a storefront for 'ImmerGrün Blumen & Geschenke'. The sign is mounted on a light brown wooden slat wall. The main text 'ImmerGrün' is in a large, green, cursive font, with a green flower icon above the 'G'. Below it, 'Blumen & Geschenke' is written in a smaller, green, cursive font. In the foreground, several bright yellow sunflowers with green leaves are visible.

ImmerGrün
Blumen & Geschenke

in Triebes/Thüringen



**Teilnehmerin
am Workshop
im Februar
2014**

2 Ideen

(auf Basis der Low Budget-Marketing-Prinzipien)

1. Ambush Marketing

**2. Guerilla-Marketing in
Kombination mit Social
Media Marketing**

2 Ideen

(auf Basis der Low Budget-Marketing-Prinzipien)

1. A Blumen für die Finisher

2. G Wählt
K Immergrün mit Social
M Media Marketing

1. Ambush-Marketing

*(„Nimm ein Großereignis und häng
Dich mit Deiner Aktion dran“)*

Idee:

Blumen für die Finisher

Blumen für die Finisher

Weidathalmarathon



Jeder Finisher erhält



eine Sonnenblume

Ergebnis:

- **Wenig Invest für 150 Sonnenblumen**
- **Berichte in Zeitung über die Aktion**
- **Tagesgespräch bei Teilnehmern & Zuschauern**

2. Guerilla-Marketing

(„Wenig Aufwand, viel Ergebnis“)

Idee:

Wählt Immergün

Wählt Immergrün

Landtagswahl Thüringen 2014

 **STEFFEN KÜHN**

www.Freie-Wähler-Thüringen.de

wählt

BLUMEN



ImmerGrün
Blumen & Geschenke



**„Wahlplakate“
unter den
Wahlplakaten**



Immergrün

15. September

Der Tag nach der Wahl: alle Plakate ordnungsgemäß wieder entfernt.
Wahlziel erreicht: wir waren überall im Gespräch 😊



Gefällt mir · Kommentieren · Teilen

👍 Sandra Vessa, Michaela Mies und 37 anderen gefällt das. Top-Kommentare ▾



Schreibe einen Kommentar ...



Stefan Frisch Klasse gemacht!

Gefällt mir · Antworten · 👍 1 · 15. September um 21:43



Melanie Wuckelt Ihr ward nur leider nicht auf den Stimmzetteln, Schade!

Gefällt mir · Antworten · 👍 2 · 15. September um 21:36

🗨️ 2 weitere Kommentare anzeigen

Begleitet und dokumentiert bei Facebook

Ergebnis:

- **Wenig Invest für 100 Wahlplakate**
- **Berichte in Zeitung und Lokalradio**
- **Viele neue Facebookfreunde**

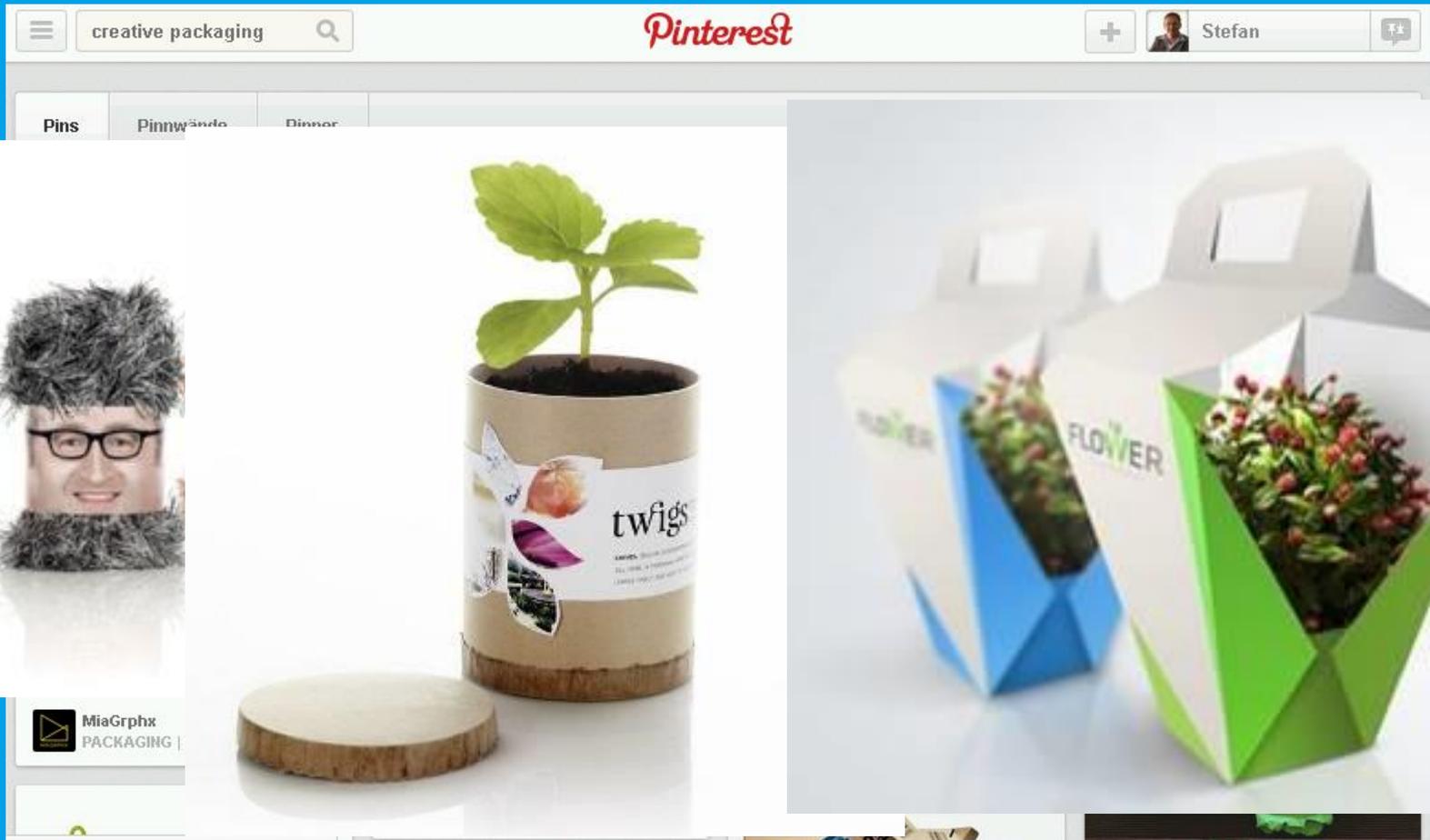
***Ganz wichtig:
Werde unverwechselbar!***

Unterscheiden!
Verpackung...

Bei der



Lass dich inspirieren



www.pinterest.com

Unterscheiden!

Bei der



2. Weg:

- Mutiger werben
- **Service Design**
- Neue Wege gehen

Service Design

Erst wird immer gefragt:

Wo und wie

komme ich mit dem Kunden
in Kontakt?

und

Wo und wie

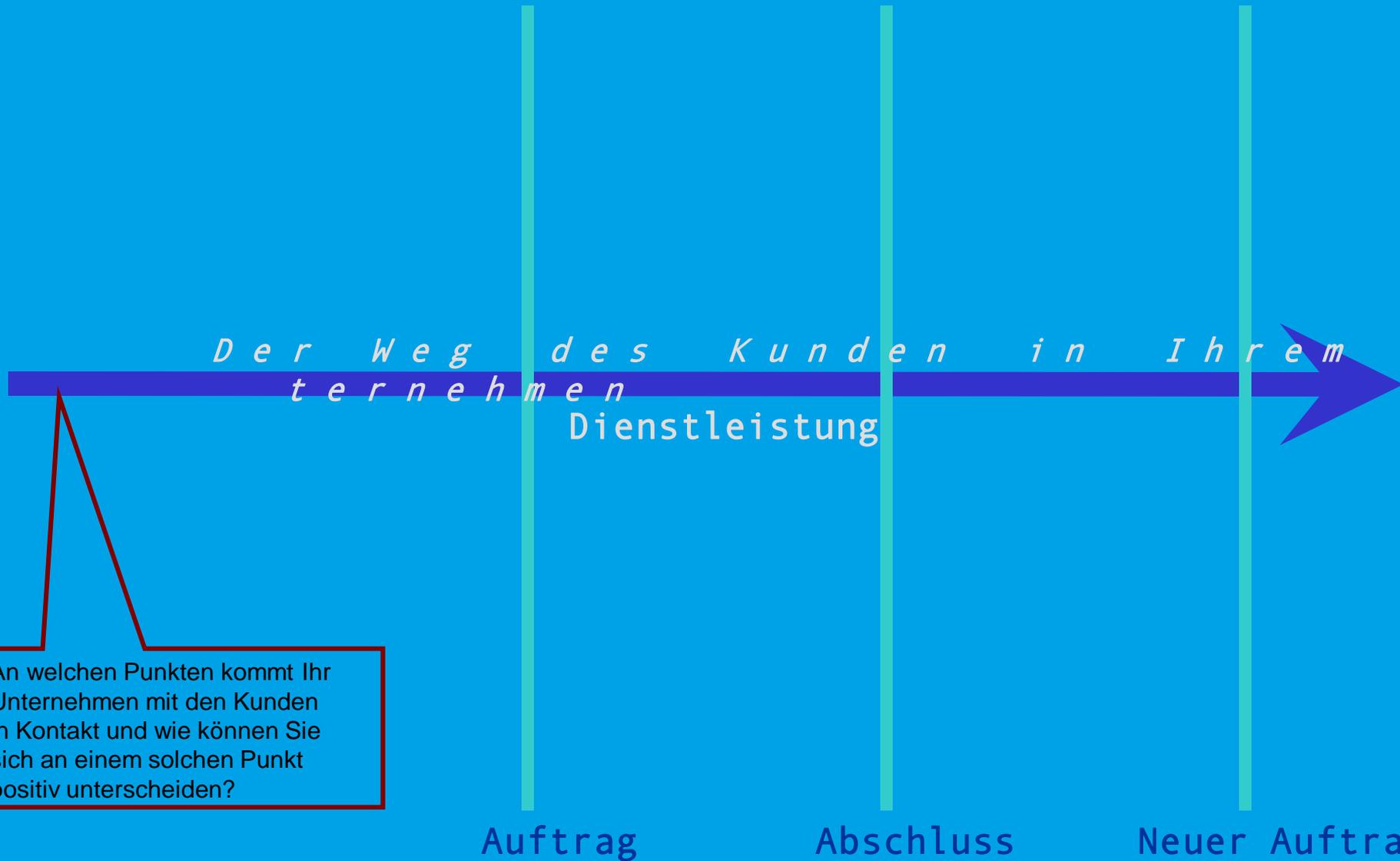
kann ich mich dabei von
der Konkurrenz
unterscheiden?

Expect

the

unexpected!

Dialoganalyse



An welchen Punkten kommt Ihr Unternehmen mit den Kunden in Kontakt und wie können Sie sich an einem solchen Punkt positiv unterscheiden?

Auftrag

Abschluss

Neuer Auftrag

Dialoganalyse (Beispiel)



Expect

the

unexpected!

3. Weg:

- Mutiger werben
- Service Design
- **Neue Wege gehen**

***Neue Wege
der Vermarktung***

„Braucht man nicht!“

1895 zum Telefon

„Ich will gar nicht

Immer erreichbar
sein!“

2003 zum Handy

„Face...was?
Twit...wie?

Das machen doch bloß
die jungen Leute!“
2014

Maier Heyse:

2012: 300.000 €

M E H R U M S A T Z

2014

600.000 €

MEHRUMSATZ

Neue Wege

der

Vermarktung:

**Social Media-
Marketing**

Zurück zu den Griechen!

Die **Agora** (altgriechisch ἀγορά) war im antiken Griechenland der zentrale Fest-, Versammlungs- und Marktplatz einer Stadt. Sie war aber zugleich auch eine bedeutende gesellschaftliche Institution und als solche ein kennzeichnendes Merkmal der griechischen *polis*. Als wichtiger Kultplatz war sie der Veranstaltungsort vieler für die Ausbildung einer gemeinsamen Identität entscheidender religiöser Feste mit gymnischen und musischen Agonen. Als Ort der Volks- und Gerichtsversammlungen kam ihr eine herausragende Rolle für das geordnete Zusammenleben in einer Gemeinschaft zu. Bei **Homer** gilt das Fehlen einer Agora als ein Anzeichen für Recht- und Gesetzlosigkeit. Laut **Herodot** war die Agora für den Perserkönig **Kyros II.** das bestimmende Merkmal einer selbstständigen griechischen Stadt (*Historien* 1.153).



Römische Agora von Athen

Das Internet als Agora der Neuzeit



Märkte sind Gespräche

Das Internet als Agora der Neuzeit



Gespräche sind

GepLapper &
Gezwitzcher

Anstieg der Social Media-Nutzung

- Platz 3 bei Seitenaufrufen
 - 1. Suchmaschinen
 - 2. Inhalte-Portale
 - 3. Social Media Netzwerke
 - 4. Serviceseiten von Softwarefirmen
- 75 % der Internet-Nutzer sind bei Sozialen Netzwerken registriert
- Augenblickliche Zuwachsraten 8%

Okay... nur die Wichtigsten...



Weites Reich / Reichweite

Franziskus

Mark Zuckerberg

Wen Jiabao



1.000.000.000

1.250.000.000

1.350.000.000

Facebook

- 1.350 Milliarden Mitglieder
- 28 Mio in Dtl.
- 55% der Nutzer sind über 35 Jahre



The image shows a screenshot of the Facebook registration page. At the top, the Facebook logo is on the left, and there are links for "Registrieren" and "Anmelden" on the right. Below the logo, the text reads: "Facebook ermöglicht es dir, mit den Menschen in deinem Leben in Verbindung zu treten und Inhalte mit diesen zu teilen." To the right of this text is a "Registrieren" section with the heading "Registrieren" and the sub-heading "Es ist kostenlos und jeder kann beitreten". The registration form includes fields for "Vorname", "Nachname", "E-Mail", "Neues Passwort", and "Ich bin" (with a dropdown menu). Below these are "Geburtsdatum" fields for "Tag", "Monat", and "Jahr", and a checkbox for "Möchte man nicht angezeigt werden?". A green "Registrieren" button is at the bottom of the form. At the very bottom of the page, there is a footer with "Facebook © 2008" and a navigation menu with links for "Anmelden", "Über uns", "Werbung", "Einkauf", "Konten", "Anmeldebedingungen", "Privatsphäre", "Datenschutz", and "Hilfe".

Facebook

Fanpage (Unternehmensseite)

The screenshot shows the Facebook interface for the 'Walthers Säfte' fanpage. The page header includes the Facebook logo, a search bar, and the user's name 'Stefan Frisch' with a 'Startseite' dropdown. The main content area features a profile picture of a woman, the page name 'Walthers Säfte', and a cover photo of various fruits. A post from 'Walthers Säfte' is visible, titled 'Saft aus der Pfanne', with a link to a blog. The right sidebar contains sections for 'Du und Walthers Säfte' (7 friends like this), 'Empfehlungen (2)', and 'Empfohlene Spiele' (Ravenskye City, Galactic Allies, Wasteland Empires, World War).

1.745

Personen gefällt das

25

unterhalten sich darüber

15

waren hier

Facebook

Facebook Veranstaltungen

The screenshot shows the Facebook interface for the page 'Saliterhof Direktvermarktung'. At the top, the Facebook logo and search bar are visible. The main content area features a large image of a pie. Below the image, the page name 'Saliterhof Direktvermarktung' is displayed, along with engagement statistics: '34 „Gefällt mir“-Angaben · 4 sprechen darüber · 15 waren hier'. To the right of the page name are buttons for 'Gefällt mir' and 'Nachricht senden'. Below the main content, there is a navigation bar with tabs for 'Info', 'Fotos', '„Gefällt mir“-Angaben', 'Karte', and 'Veranstaltungen'. A red arrow points to the 'Veranstaltungen' tab. The 'Info' tab is expanded, showing details such as 'Essen/Lebensmittel', 'Bernloh 2, Wangau, DE.', '00021/295', and 'Geschlossen bis Donnerstag, 09:30 - 17:30'. Other tabs like 'Fotos' (showing a photo of a pig), '„Gefällt mir“-Angaben' (showing 34 likes), and 'Karte' (showing a map) are also visible.

Facebook

Facebook Ads

The screenshot shows a Facebook event page for "8. Gründerstammtisch Nürnberg in der Kulturbrauerei Lederer". The event is scheduled for Monday, November 14, 2011, from 19:00 to 22:00. The location is "lederer kulturbrauerei". The event is created by "Gründerstammtisch Nürnberg".

The event description includes:

- Herzliche Einladung zum 8. Gründerstammtisch Nürnberg am 14. November 2011, 19 Uhr
- Diesmal mit Emil Hofmann zum Thema: Der zufriedene Kunde als Tod des Unternehmens - Wie man Kunden als Fans gewinnt
- Der Unkostenbeitrag für den Abend beträgt 10 Euro und beinhaltet ein Freigetränk.
- Organisiert wird der 8. Gründerstammtisch Nürnberg von Stefan Frisch (www.made@frisch.de), Jan Steinbauer (www.steinbauer-strategie.de), beides Gründerexperten aus der Metropolregion und Matthias Lenardt von viradio Nürnberg. Wir freuen uns auf Eure Teilnahme!

The page shows 15 guests, including Franziska Frisch, Stefan Krautz, Jörg Plate, Ivonne Bischoff, Sabrina Bohn, Birgit Töpfer, Veronika Schritzer, and Hubert Pflumm. The event is shared by Johannes Karl.

A red box highlights a sponsored advertisement for "Internetradierer.de". The ad features a video thumbnail and the text: "Interesse an Social Media, Facebook, Twitter und Online Marketing? Dann besuche den Internetradierer und klick auf 'Gefällt mir'".

Facebook

2. Zielgruppenansprache

Ort:

Überall

Nach Stadt

Alter: -

Geburtsstag: Zielgruppe anhand der Geburtstage von Nutzern auswählen

Geschlecht: Männlich Weiblich

Schlüsselwörter:

Ausbildung: Alle
 HochschulabsolventIn
 StudentIn
 SchülerIn

Arbeitsplätze:

Beziehungsstatus: Single In einer Beziehung Verlobt Verheiratet

Interessiert an: Männern Frauen

Sprachen:

Verbindungen: Nutzer ansprechen, die verbunden sind mit:

Nutzer ansprechen, die noch nicht verbunden sind mit:

Freunde von Verbindungen: Nutzer ansprechen, deren Freunde verbunden sind mit:

Zielgruppenansprache

Facebook wählt standardmäßig alle Nutzer des Standardortes über 18 Jahren aus. Du kannst jegliche Zielgruppenvorgaben ändern.

Ort

Facebook-Werbearzeigen verwenden die IP-Adresse und die Profilinformationen eines Nutzers, um dessen Standort zu bestimmen.

Schlüsselwörter

Schlüsselwörter basieren auf Informationen von Nutzern, die diese in ihren Profilen angeben. Zum Beispiel: Aktivitäten, Lieblingsbücher, Fernsehsendungen, Filme usw.

Verbindungen

Unter Verbindungen werden Fans deiner Seite, Nutzer, die deine Anwendung verwendet haben, Nutzer, die an deiner Veranstaltung teilnehmen oder vielleicht teilnehmen, und Mitglieder deiner Gruppe verstanden.

Freunde von Verbindungen

Wenn du „Freunde von Verbindungen“ als Zielgruppe auswählst, werden deine Werbeanzeigen den Freunden der Personen angezeigt, die bereits mit deiner Seite, Anwendung, Gruppe oder Veranstaltung verbunden sind.

Weitere Hilfe

FAQ zu Zielgruppen von Werbeanzeigen

Schätzung: 4.667.040 Personen

- die in **Deutschland** leben
- die **18** Jahre oder älter sind

Facebook

The screenshot shows the Facebook profile of 'Proud House', a vintage store and gift shop. The page features a cover photo of two porcelain figurines, a profile picture with the store's logo, and a navigation menu with options like 'Chronik', 'Info', 'Fotos', 'Bewertungen', and 'Mehr'. A red arrow points to the star rating section, which displays 5 stars, 1,251 'Gefällt mir'-Angaben (likes), and 13 Besuche (visits). Below the rating, it shows that Tine Biss, Eva Megel, and 27 others liked the post. The main post is a text update from 'Gestern' (yesterday) announcing opening hours from 13:00 to 19:00 at Woerthstrasse 18, wishing everyone a great start to the week. A photo of a green porcelain figurine is partially visible below the text.

allfacebook.de

TIPPS

The screenshot shows the homepage of allfacebook.de. The top navigation bar includes the logo and links for 'Über uns', 'Konferenz', 'Marketing Einführung', and 'Page Tracking'. The main content area features several articles:

- Infografik: Deutlich bessere Anzeigenperformance mit Facebook Call-to-Action Buttons**
Im Februar gab es von Facebook neue Call-to-Action Buttons, aber noch immer stellt man viele Anzeigen ohne die entsprechenden Buttons. Das sollte ihr ändern. Denn die Buttons passen vielleicht. ...
- Jetzt direkt Testen: Die neue Facebook Suche nach Stichworten (Update)**
Im Oktober 2013 waren die ersten Tests zu sehen, und mehr als ein Jahr später dürfen sich alle freuen: Facebook hat gestern die neue Suche nach Stichwörtern veröffentlicht. ...
- 15 Ideen: Geschenke für unsere Facebook Nerds**
Mit der ständigen Aufgabe fest zu halten eine kleine Tradition von mir: Die besten Geschenke für Facebook Nerds. Wenn ihr solche Facebook Verrückten wie Alex oder mich im Freundeskreis. ...
- Pro-Tipp: Für gute Bildqualität auf Facebook kommt es auch auf die Dateigröße an**
Für Beitrag in der Facebook Gruppe "Parpage Admins" hat uns letzten Monat aufhorchen lassen. Dort: Ingrid Secher Pfeiffer, ab welcher Dateigröße bei PNG die Anzeigte bei Facebook anhängers. Um. ...

The right sidebar contains a countdown timer for the 'AllFacebook Marketing Conference' (96, 21, 30, 21 hours remaining), social media follower counts (Facebook: 66,077, Twitter: 15,887, LinkedIn: 4,607, YouTube: 1,083), and a 'JETZT REGISTRIEREN' button for the conference in Munich on 17.03.2015. At the bottom, there are logos for 'SMX MÜNCHEN 2015' and '3D PRINTING BERLIN'.

hutter-consult.com



HUTTER CONSULT GMBH

DIENSTLEISTUNGEN

KONTAKT

BLOG



Vielen Dank für Ihr Interesse!

Vielen Dank für Ihr Interesse am Whitepaper
"Facebook Custom Audiences - Funktionsweise und
rechtliche Betrachtungen".

Wir haben Ihnen an die eingetragene E-Mail-Adresse
eine Nachricht mit dem Download-Link gesendet.



Ebenfalls interessant:
Das 1 x 1 von Custom Audiences und
Lookalike Audiences

Facebook

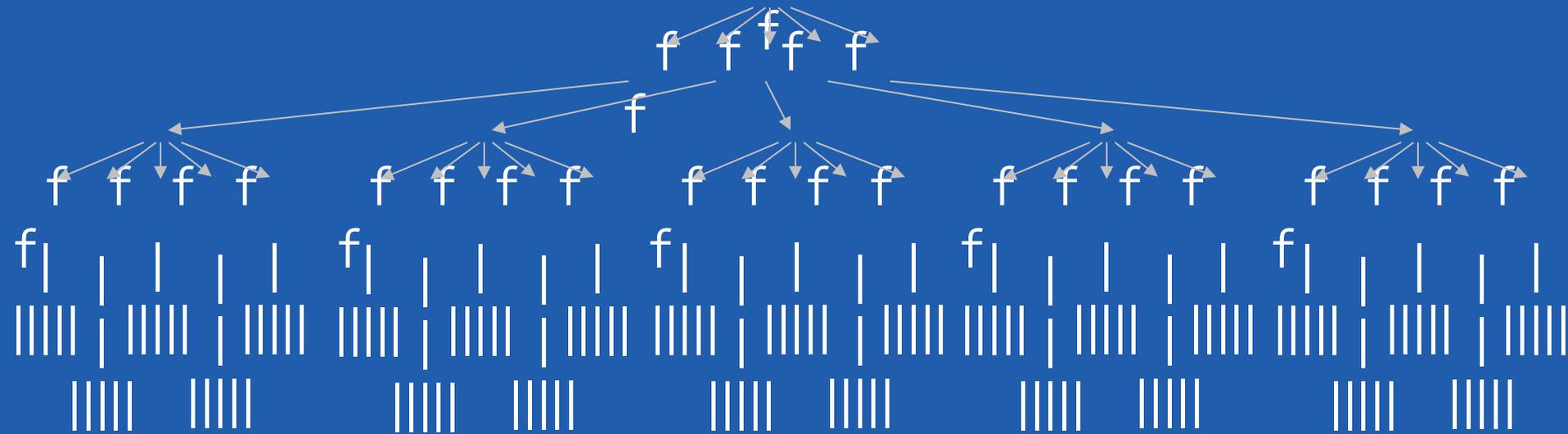
1 x 1 von Custom & Lookalike Audience

Berlin, 10. November 2014

TIPP

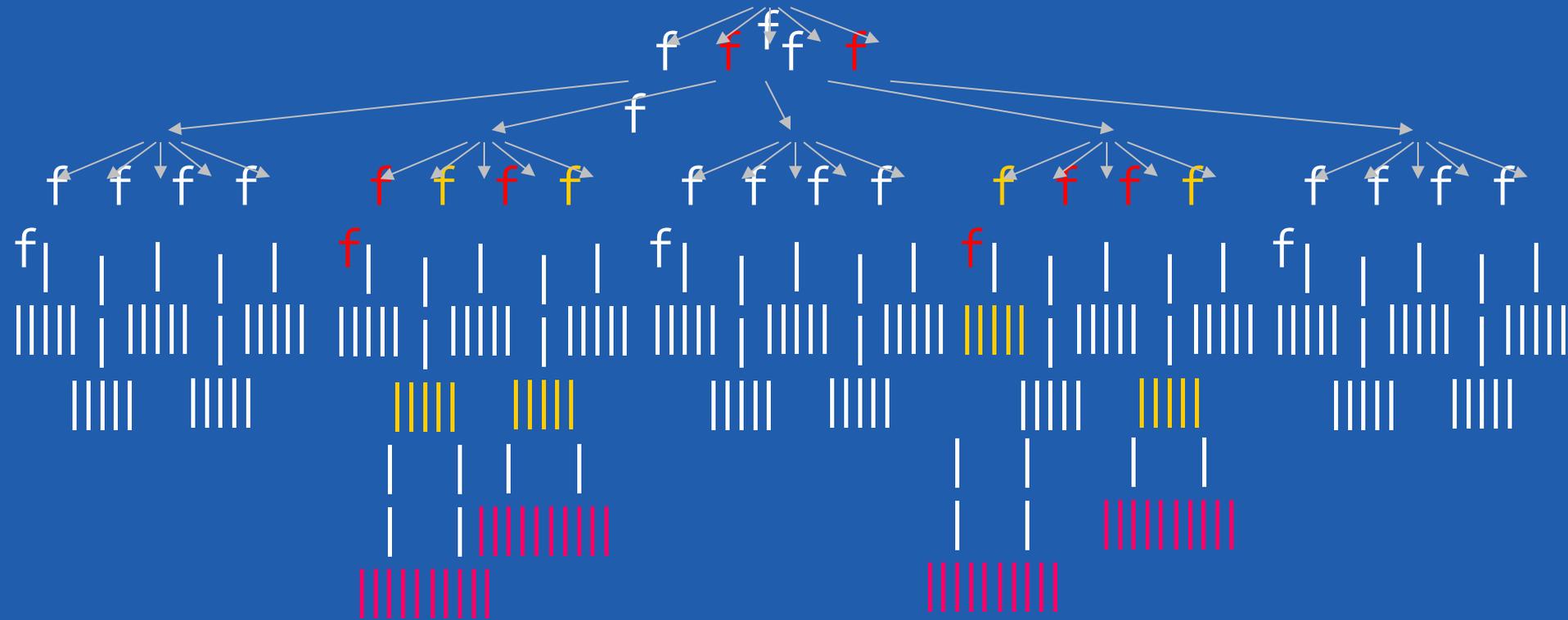
Der Schneeball-Effekt

Stefan
Frisch



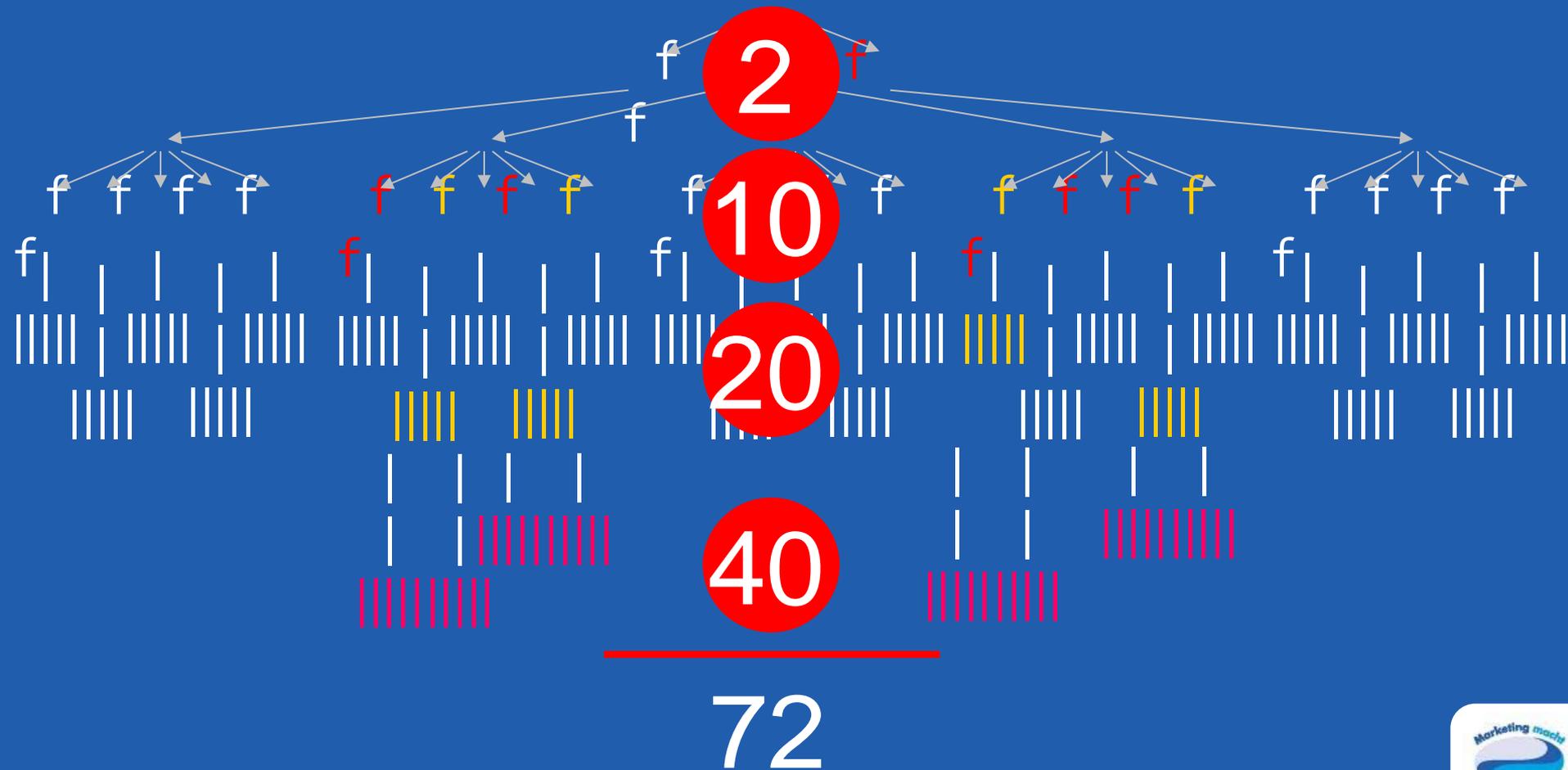
Der Schneeball-Effekt

Stefan
Frisch



Der Schneeball-Effekt

Stefan
Frisch



Twitter

Startseite Verbinden Entdecken Folgen + ✉



Frank van der Hulst

@BauernhofWeggun
Demeter BauernhofWeggun | Beerenobst & Schafe | Berries & Sheep | Kleinfruit & Schapen | Tweets in English, Deutsch, Nederlands
Brandenburg / Germany · <http://www.weggun.de>

341 TWEETS
188 FOLGE ICH
138 FOLLOWER

Tweet an Frank van der Hulst

Tweets

- Tweets** >
- Folge ich >
- Follower >
- Favoriten >
- Listen >
- Neueste Bilder >



Tweets

-  **Frank van der Hulst** @BauernhofWeggun 29 Jun
Heute war der letzte Tag mit unseren Studenten der Fachhochschule. Mobile Hühnerstall ist fertig. Tolle Leistung! Öffnen
-  **Frank van der Hulst** @BauernhofWeggun 27 Jun
[@JolandadeSwart](#) [@biohof3](#) Wordt uitgezonden door omroep voor Berlin & Brandenburg. Ook via internet. Zal er tzt zeker een tweet aan wijden.
[Gespräch zeigen](#)
-  **Frank van der Hulst** @BauernhofWeggun 27 Jun
Vandaag weer de opnameploeg voor een documentaire die in de herfst wordt uitgezonden. Erg leuk, maar het kost ook veel energie.
Öffnen

Google+

520 Millionen Mitglieder

Stefan Frisch
Arbeitet bei Quantitätskämpfer und Beziehungstherapeut
Hat besucht: Keynote, Speaker, Seminare, Workshops, Beratung
Wohnt in Föhr, aber deutschlandweit im Einsatz
In den Kreisen von 231 Personen

Über mich **Beiträge** Fotos YouTube +1 Erfahrungsberichte

Stefan Frisch Öffentlich gestellt · 02.01.2014
Und am kommenden Montag (ja, am Feiertag):
Zielplanungsworkshop 2014
Einen Jahresstart-Mitmach-Zielplanungs-Workshop:
Weltweises (28 Zellen)

Stefan Frisch Öffentlich gestellt · 02.01.2014 #Workshop
Noch jemand dabei morgen?
Homepage-Aufräum-Workshop 10 - 16:30 Uhr

In den eigenen Kreisen 179 Personen
Steffen Oliver Riese
Christiane Fischer

In Kreisen von anderen 231 Personen

So?

XING

XING Startseite Jobs Projekte Gruppen Events Unternehmen

Stefan Frisch

Profilübersicht | Profil editieren

Alle Besucher

Stefan Frisch PREMIUM

M.A.
Marketing macht Frisch! Mit Marketingberatung Kunden finden und binden
Marketing | Wissen | Nutzen | Kreative Marketingstrategien und Werbelösungen für die Deutsche Unternehmung

Kommunikation & Beratung (Beta)
Kontaktieren
Einstellungen

1227 Kontakte | 100% Aktivität

"In einer Welt, die sich vollkommen verändert hat, müssen wir auch die Art und Weise, wie wir Geschäfte machen, verändern!" (Stefan Frisch) Business braucht Kreativität: Kreatives Guerilla-Marketing, Kreative Kundenkommunikation und -bindung, Kreative Preismodelle, Kreative Serviceentwicklung. | Sprecher | Vorträge | Beratung | Workshops! | <http://www.machtfisch.de>

Portfolio Etwa 30 Einträge

Preisexperimente
Kataloge - 3 Preise

Sprechermappe: Informationen zu Böten

Außerdem Kunden die Beratungen & Workshops

Profile editieren
Portfolio
Weitere Profile im Netz
Kontakte
Gruppen
Events

6 Millionen Mitglieder
in Deutschland

rumohr.de

The screenshot displays the website for Joachim Rumohr. At the top, there is a navigation menu with links for 'REDNER | TRAINER | AUTOR', 'TERMINE', 'AKTUELLES', 'BIOGRAPHIE', and 'KONTAKT'. The logo 'Joachim Rumohr' is in the top right corner. Below the navigation is a large photo of Joachim Rumohr, a smiling man in a suit, with a text overlay that reads 'Joachim Rumohr' and 'Der XING-Experte Nr. 1'. Underneath the photo are three columns, each with a green icon and a title: 'REDNER' (with a microphone icon), 'TRAINER' (with a graduation cap icon), and 'AUTOR' (with a book icon). Each column contains a short paragraph describing his expertise in that field.

REDNER | TRAINER | AUTOR TERMINE AKTUELLES BIOGRAPHIE KONTAKT Q

Joachim Rumohr
Der XING-Experte Nr. 1

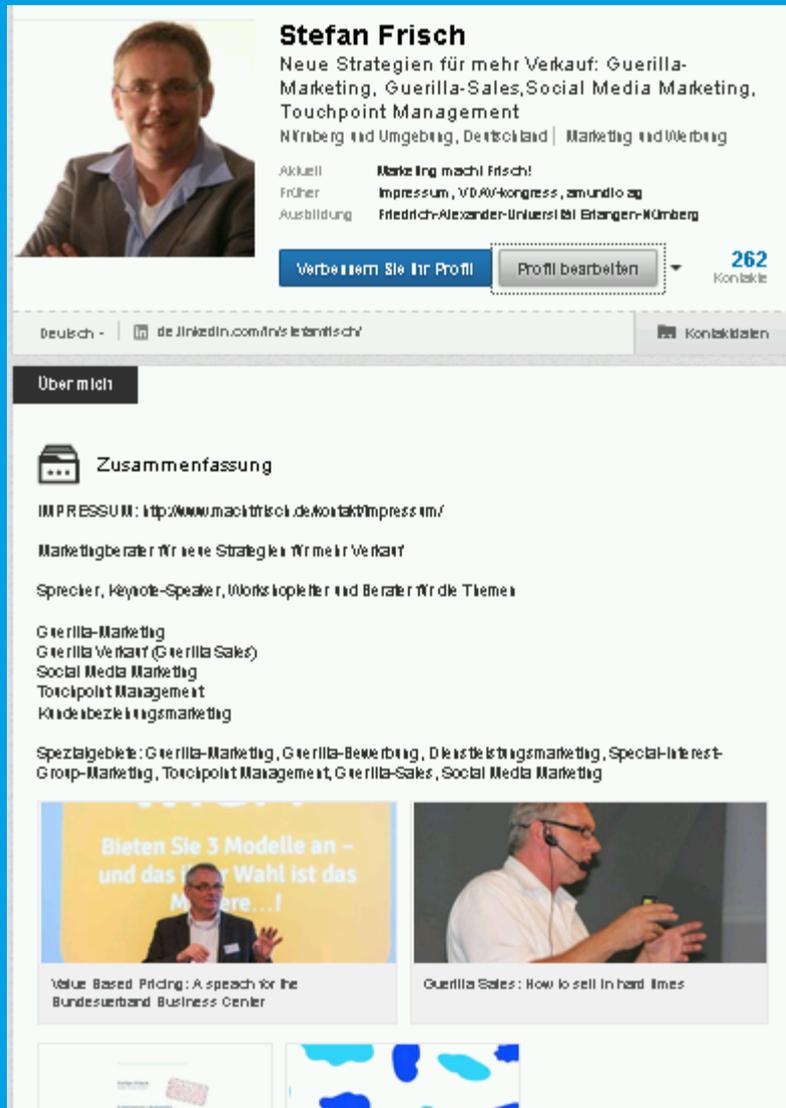
REDNER
Mit langjähriger Vortrags-Erfahrung, umfangreichem Know-how und seiner begeisterten Art stellt Joachim Rumohr für interessante Vorträge und namhaften Wissenstransfer.

TRAINER
Joachim Rumohr vermittelt sein Fachwissen in offenen Seminaren, bei Inhouse-Workshops, in Einzel-Beratungen oder auch Online-Seminaren.

AUTOR
Joachim Rumohr's Buch "KING optimal nutzen" geht in die 6. Auflage und ist über 18.000 mal verkauft. Ferner finden sich Interviews und Beiträge von Rumohr in über 30 weiteren Büchern.

TIPP

LinkedIn



Stefan Frisch
Neue Strategien für mehr Verkauf: Guerilla-Marketing, Guerilla-Sales, Social Media Marketing, Touchpoint Management
Nürnberg und Umgebung, Deutschland | Marketing und Werbung

Aktuell **Marketing macht Frisch!**
Früher **Impressum, VDAW-Kongress, amundloag**
Ausbildung **Friedrich-Alexander-Universität Erlangen-Nürnberg**

Verbessern Sie Ihr Profil | Profil bearbeiten | 262 Kontakte

Deutsch - | de.linkedin.com/in/stefanfrisch/ | Kontaktieren

Über mich

Zusammenfassung

IMPRESSUM: <http://www.mackfrisch.de/kontakt/impressum/>

Marketingberater für neue Strategien für mehr Verkauf

Sprecher, Keynote-Speaker, Workshopleiter und Berater für die Themen:

- Guerilla-Marketing
- Guerilla Verkauf (Guerilla Sales)
- Social Media Marketing
- Touchpoint Management
- Kundebeziehungsmarketing

Spezialgebiete: Guerilla-Marketing, Guerilla-Bewerbung, Dienstleistungsmarketing, Special-Interest-Group-Marketing, Touchpoint Management, Guerilla-Sales, Social Media Marketing

Bieten Sie 3 Modelle an – und das für die Wahl ist das Mehrere...!
Value Based Pricing: A speech for the Bundesverband Business Center

Guerilla Sales: How to sell in hard times

280 Millionen
Mitglieder weltweit,
3 Millionen in
Deutschland

linkedinsiders.wordpress.com

m

— LinkedInsider Deutschland

Social Business Network für Fortgeschrittene – LinkedIn

Startseite 10 Wege LinkedIn sinnvoll zu nutzen

Suchen

LinkedIn Hack: Wer folgt irgendeiner Unternehmenssei- te?

Von LinkedInsiders
Dezember 1, 2014

—
Grundlagen, LinkedIn
Unternehmensprofil,
Vergleich

—
Hinterlasse einen
Kommentar

Intro

Heute fand ich in meiner Timeline auf LinkedIn einen Tipp, den ich großartig fand: Wie schaue ich, wer irgendeinem Unternehmen folgt? So sieht man bei LinkedIn ja "nur" die Anzahl der Follower, aber kann keine Rückschlüsse daraus ziehen, wer und warum einer Unternehmensseite auf LinkedIn folgt.

Hack: Wer folgt irgendeiner Unternehmensseite

Generell kann jeder Administrator einer LinkedIn Unternehmensseite sich ein Bild darüber verschaffen, wer seinem Unternehmen folgt. Das Problem: Man sieht nur seine eigenen, weiß aber nicht, was der Mitbewerber tut: Hier kann man sich nur die Summe der Follower anschauen:



Unternehmensprofilen ist nicht anklickbar. Als Administrator einer eigenen Seite kann man sich die Follower-Anzahl anschauen, unterschieden nach verschiedenen Clustern, aber nicht die Namen der Follower.

Wenn Sie sich als Administrator einer Unternehmensseite anschauen und wollen mehr über die Follower erfahren, was macht mehr Sinn, ist es diese genauer anzuschauen. Was Sie dazu benötigen, ist nichts weiter als die Company Page von Siemens. Diese finden Sie im Quelltext der Companyseite oder einfacher, in unserem Beispiel Siemens:

Über diese Anzeigen



Tipps und Tricks

10 Wege LinkedIn sinnvoll zu nutzen

TIPPS

YouTube

Als Streamquelle für eigene Homepage

The screenshot shows a YouTube interface. At the top, the search bar contains 'Bauernhof'. Below it, the video title is 'Urlaub auf dem Bauernhof: Ein Erlebnistag auf dem Schorer Hof !'. The video player shows a large image of a farm with solar panels and the text 'Ein Tag auf dem Schurer Hof'. Below the player, there are buttons for 'Mag ich', 'Hinzufügen', and 'Teilen', along with a like count of 34.098. To the right, a list of recommended videos is shown, including 'Kempt GmbH - Imagefilm', 'Bio Bauernhof Wiesenthof in', '200 Tonnen heben ab: Wie ein Luftfahrtrekord', '3 Frauen wollen immer nur das Eine -', 'Landwirtschaft einst und heute (1960)', and 'JCB Fastrac 8310'.

YouTube Bauernhof Kategorien stefan3455

Urlaub auf dem Bauernhof: Ein Erlebnistag auf dem Schorer Hof !

47 Videos

Ein Tag auf dem Schurer Hof

0:08 / 5:05

34.098

Hochgeladen von bauernhofurlaubtv am 17.01.2011

Ein Video vom Urlaub auf dem Bauernhof von "forstprof90568":
Dieser Film zeigt einen ganz normalen Tag auf dem familienfreundlichen

10 positive Bewertungen, 2 negative Bewertungen

- Kempt GmbH - Imagefilm**
von Kempt jobs
6:34
684 Aufrufe
- Bio Bauernhof Wiesenthof in**
von Bioerlebnisland
6:23
6.121 Aufrufe
- 200 Tonnen heben ab: Wie ein Luftfahrtrekord**
von zfh-video
20:51
43.551 Aufrufe
- 3 Frauen wollen immer nur das Eine -**
von PilasterHans
3:32
45.572 Aufrufe
- Landwirtschaft einst und heute (1960)**
von bauernfilme
14:25
84.571 Aufrufe
- JCB Fastrac 8310**
von landwirt.com
5:55
65.052 Aufrufe

andreasgraap.de/youtube-marketing/

**ANDREAS / GRAAP**

Bekannt aus:       

[Über mich](#) [Beratung](#) [ANGRONessence](#) [Blog](#)

YouTube Marketing Guide

von **Andreas Graap** [Folgen](#)

[f](#) [t](#) [g+](#) [✉](#)

YouTube ist beileibe nicht die einzige Plattform, auf der sich Videos hochladen lassen, aber das 2005 gegründete Unternehmen ist die erste Anlaufstelle im Netz. Da aber so viele Videos bei YouTube hochgeladen werden, ist es schwieriger, die eigenen Videos an Mann und Frau zu bringen. Darum wollen wir schauen, mit welchen Methoden wir Zuschauer anlocken und binden können.

Exklusiver Bonus: Kostenloses eBook zum [Download](#) mit **10 Tipps für mehr YouTube Abonnenten**.

Inhaltsverzeichnis

- Die nackten Zahlen
- Den YouTube-Kanal optimieren
 - Branding durch prägnanten Avatar und Kanalnamen
 - Den Header einrichten
 - Die Kanal-Infos optimieren
 - Kanal-Logo
 - Video-Thumbnail
- Die eigenen Videos optimieren
 - Die richtige Videotitel
 - Die richtige Beschreibung
 - „Tags für brauchen Tags!“
 - URL einbinden
 - Autorisierungs-E-Mail
 - Angebote erstellen
 - Playlist erstellen
 - Monetarisierung

Über mich



Mein Name ist Andreas Graap. Ich bin Online Marketing Enthusiast und Internet-Unternehmer seit 1997. Wenn du mehr über mich und wie ich dir bei deinen Online Marketing Aktivitäten helfen kann erfahren möchtest, dann [klicke hier...](#)

KEYWORD	MONATLICHES SUCHVOLUMEN	WETTBEWERB KLICKPREIS	
smartphonekostenlos laden	140	61%	86,64 €
trading strategie	140	94%	57,27 €
youtubechannel	3.600	94%	54,77 €
youtubechannelwerbung	320	88%	54,00 €
youtubechannelnamen	170	96%	47,97 €
youtubechannelwerbung	140	93%	43,72 €
youtubechannelwerbung online	170	92%	43,72 €

Die 100 wertvollsten Keywords – eine Liste der teuersten Klickpreise



TIP

Und was?

Und was??????

Produktinformationen:

- Vorstellung/Einführung eines neuen Produktes
(zum Beispiel als Pressemitteilung)
- Vorstellung/Einführung einer neuen Dienstleistung
(ebenfalls als Pressemitteilung)
- Update-/Upgrade-Versionen für Software zum Downloaden
- neue Preise (Preissenkungen und -erhöhungen)
- neue Konditionen (beispielsweise Ratenzahlungsoption
oder verlängerte Garantiezeit)
- zeitlich befristete Aktionen (zum Beispiel Restposten,
Schnäppchen, Gutscheine oder spezielle Angebote für
Stammkunden)

Und was??????

Fachliche Informationen:

- Glossar mit Erklärungen von Fachbegriffen
- neue FAQ-Listen auf der Website
- Checklisten für Kaufentscheidungen
- Ergebnisse von Marktforschungsumfragen
- Anwendungsberichte, Case Studies und Fallbeispiele
- Testimonials zufriedener Kunden
- Gastkommentar von Partnern

Und was??????

Unternehmensinformationen:

positive Berichterstattung in der Presse, Teilnahme der Firma als Aussteller auf einem Kongress oder einer Messe, Rednerauftritt auf Kongress oder Seminar, Vorstellung neuer Mitarbeiter, neue Adresse und/oder neue Telefonnummern, Geschäftseröffnung, Geschäftsschliessung, Jubiläen, Einschneidende Veränderungen, Neubesetzung von Kaderpositionen, Restrukturierungen, Entlassungen, Schaffung von neuen Arbeitsplätzen, Betriebsunfall, Brand, Ein Arbeitskampf, Ein Konflikt mit Behörden, Einführung von ökologischen Verfahren, Kooperationen, Beteiligungen, Kauf von Unternehmen, Grosse Projekte, Umbauten, Neubauten, Fusionen, Veröffentlichung von Bilanzen und Geschäftsberichten, Generalversammlungen, Einführung von neuen Produkten/Dienstleistungen, Erfindungen, Entwicklungen

Und was??????

Veranstaltungen

- Veranstaltungen
- Tag der offenen Tür
- Betriebsbesichtigungen
- Vorträge
- Soziale und ökologische Aktionen

Und was??????

Sonstiges

- Informationsmaterial zu aktuellen Themen
- Kulturelle Anlässe
- Umfrageergebnisse
- Studien
- Infobroschüren
- Bücher, Publikationen
- Checklisten
- Ausschreibung von kulturellen Wettbewerben
- Berühmte BesucherInnen
- Fachartikel zu aktuellen Themen
- Aussergewöhnliches, Spezielles

BLOG



DATEV bloggt
Interessante Beiträge, spannende Einblicke und inspirierender Austausch



DATEV-Blog

Informationen und Hintergründe rund um DATEV

TRIALOG

DER BLOG FÜR UNTERNEHMER

DATEV Karriere-Blog

Zukunft gestalten. Gemeinsam.



"Moderne Zeiten" für Steuerberater

von **Gastautor**
am 30.10.2013 um 09:30 Uhr

Moderne Zeiten, unter diesem Motto stand der 36. Steuerberaterkongress des Deutschen Steuerberaterverbandes. Über 1.300 Steuerberater, dazu Gäste ... [weiterlesen](#)



Zum Fest schenken, an den Fiskus denken

von **Frank Wiercks**
am 01.11.2013 um 14:23 Uhr

Sie wollen Geschäftspartner mit einem Weihnachtsgeschenk erfreuen? Danken Sie nicht nur an Compliance, sondern auch an die Pflicht zur Besteuerung ... [weiterlesen](#)



parentum 2013

von **Julia Bürkel**
am 18.10.2013 um 17:08 Uhr

DATEV sucht Zukunftsgestalter – Informiere dich auf der parentum 2013 über unser Ausbildungs- und Studienangebot! Am Freitag, den 18. Oktober ... [weiterlesen](#)



DATEV präsentiert neue Dimension der IT

von **Peter Planjak**
am 29.10.2013 um 14:00 Uhr

Mit über 30.000 Besuchern war der Andrang bei der diesjährigen „Langen Nacht der Wissenschaften“ so groß wie nie. Auch DATEV ... [weiterlesen](#)



Ein Hoch auf Zombie-Cronuts und Berliner Bagels

von **Mida Nuri**
am 30.10.2013 um 21:13 Uhr

Von den Marketingexperten aus den USA kann man viel lernen. Immer wieder schwappen die wunderbarsten Modewellen über den Teich, vom Valentinstag ... [weiterlesen](#)



Ein sinnliches Markenerlebnis

von **Stefan Scheller**
am 11.10.2013 um 12:48 Uhr

Wann hast du zuletzt nach einem „Taschentuch“ gefragt oder eine „Orangenlimonade“ getrunken? Welche Rolle spielen Markennamen in ... [weiterlesen](#)



Datenleitungen, Präsentationsmedien & mehr

von **Stefan Scheller**



Kanzlerhandy ist nicht gleich Kanzlerhandy

von **Mida Nuri**



Entwicklertag 2013

von **Marco Goebel**
am 02.10.2013 um 16:44 Uhr

© 2013 DATEV eG | Impressum | Datenschutz



DATEV Karriere auf Facebook



DATEV auf Facebook



DATEV bei Twitter



DATEV Videos: YouTube



Kostenlose Presseportale

nutzen:

Offenes-Presseportal.de

Das kostenlose Presseportal für alle Firmen zur einfachen Platzierung und Verbreitung von Pressemitteilungen.

NEU! Das innovative **Firmenprofil** auf unserer Seite!

Artikel: 221379 Pressemitteilungen von 40033 Unternehmen

Suche nach Pressemeldungen

Kategorien

- Auto & Verkehr (3208)
- Bau & Immobilien (5732)
- Bildung & Karriere (8388)
- Energie & Umwelt (3637)
- Finanzen & Wirtschaft (26436)
- Gesundheit & Medizin (12161)
- Industrie (3234)
- Land & Forstwirtschaft (284)
- Logistik & Transport (1527)
- Medien & Kommunikation (9051)
- Mode & Lifestyle (6585)
- Politik & Gesellschaft (25318)
- Reise & Tourismus (13548)
- Sport (6419)

Gratis Pressemitteilungen
veröffentlichen
schnell und einfach - und sonst nichts!

- 2 Links pro Meldung und Presselink kostenlos integriert!
- keine Buchhaltungspläne
- automatische Suchmaschinen-optimierung
- schnelle Google-Indizierung der Pressemeldung
- neue qualifizierte Besucher für Ihre Webseite
- optionale Verlinkung derselben Pressemeldung an dt. Redaktionen

Sponsored Links

Top Meldungen

- [Deutschland ist bereit für Sommermärchen bei der Frauen WM 2011](#)
- [Studieren in Australien leicht gemacht](#)
- [Ihre Meldung hier?](#)

Neueste Firmenprofile

- [Original Antike Möbel](#)

Skripte sind momentan verboten | <SCRIPT>: 7 | <OBJECT>: 0

Einstellungen

Kostenlose Presseportale nutzen



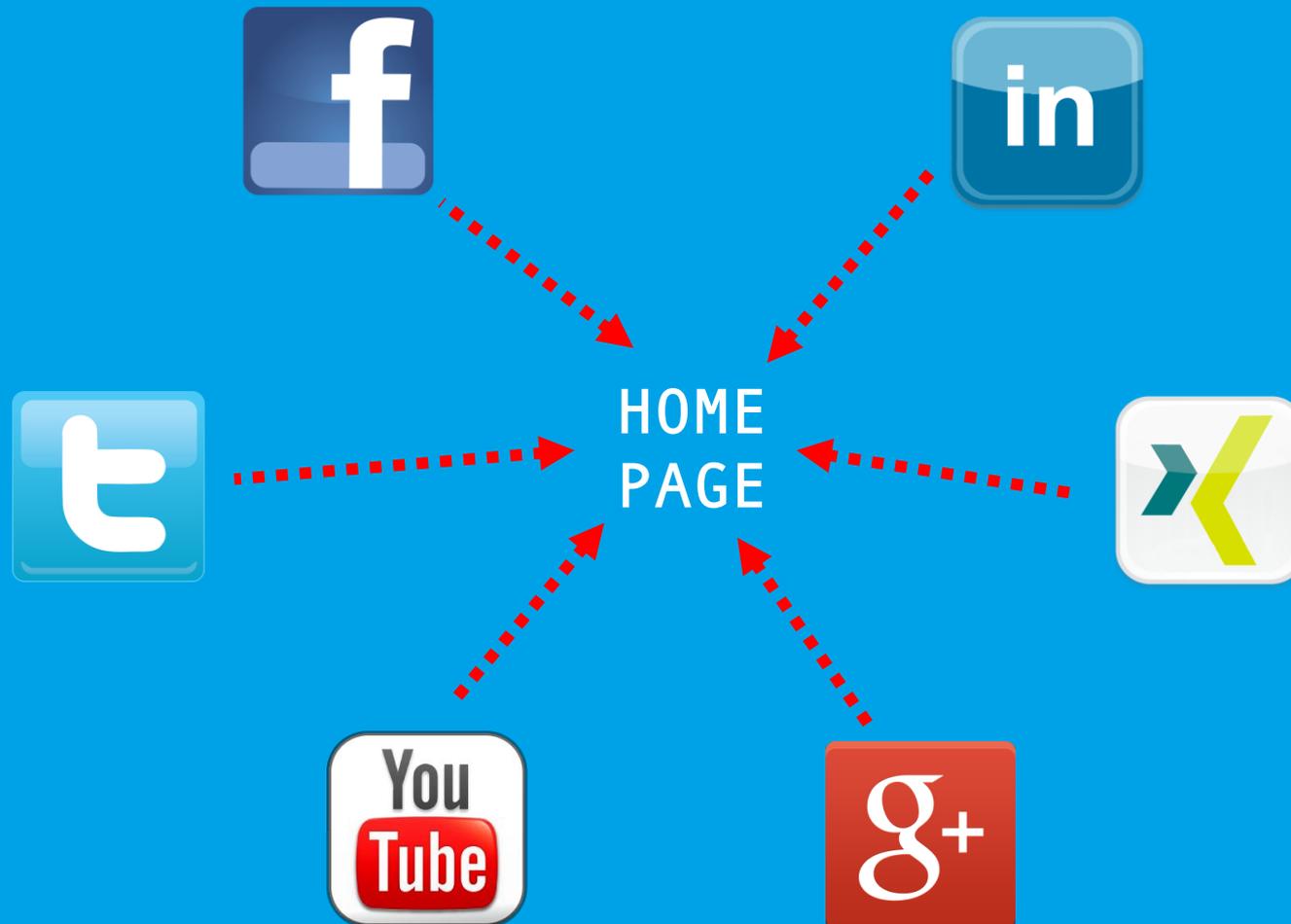
Kostenlose Presseportale im Internet

Die nachfolgende Liste enthält alle Presseportale und Newsdienste die auch wirklich die eingetragenen Meldungen freischalten.

- prmaximus.de
- nachrichten-rss.de
- offenes-presseportal.de
- fair-news.de
- pr-inelde.com
- pressmitteilung.wa
- news4press.com
- eulenspiegel-news.eu
- premiumpresse.de
- onlinepress.info
- newpress-online.com
- press-internet.com
- pressatfres.com
- beozd.com
- presse-max.de
- presse-meldungen.info
- onejournal.de
- openpr.de
- prcenter.de
- nuppa.de
- faircontext.de
- firmenpr.de
- prdienstleister.de
- presse-artikel.info
- press-a
- artikel-vmr-zeichnis.de
- opempressemeldungen.de
- netcom-factory.de
- presseportalonline.de
- deutschepresse.de
- pressemitteilungen-24.de
- pressekat.de
- my4web.de
- daily.net
- multizeitung.de
- pr4press.de
- artikelzeitung.de
- homepagezeitung.de
- it-news.cc
- nordpr.de
- fachzeitungen.de
- pr-presse.de
- news2push.de
- presswire.de
- public40.de
- pressezeitger.de
- openbroadcast.de
- freie-pressemittellungen.de
- businessportal24.com
- meldung.org
- pressemittellung.in
- portalderwirtschaft.de
- nur-news.com
- open-news.de
- streamix.ch
- presse-artikel.org
- presseanfragen.com
- presse-dienst-kostenlos.de
- ptext.de
- businessatck.com
- lifspresse.de
- presseecho.de
- agentur-presse.de
- weitpresse.net
- prtrend.de
- newsmax.de
- internet-morgen.de
- vs-net.de
- presse-mittellung.info
- nachrichtenpfeffer.de
- redakteur.eu
- information-online.com
- ipro.info
- news-online.ws
- opennewscenter.de
- prmeldung.com
- newweb.de
- presse-meldung.net
- marktplatz-mittelstand.de
- bekanntheitsgrad-erhoehen.de
- presse-infoblog.de
- pressefuchs.com
- yourpr.de
- presseportal-news.de
- oxmarketing.de
- echopresse.de
- onpress.wa
- prnote.de
- live-pr.com
- link-im-internet.de
- link-im-web.de
- news-die-ankommen.de
- news-informieren.de
- news-veroeffentlichen.de



Ziel: Mehr Landebahnen





Wordpress

TIPPP

	facebook. Stefan Frisch	956
	facebook. Marketing macht Frisch!	206
	facebook. Existenzgründung Nürnberg	149
	facebook. Gründerstammtisch Nürnberg	96
	Google+ Stefan Frisch	256
	XING Stefan Frisch	1310
	LinkedIn Stefan Frisch	373
	twitter Stefan Frisch	221
	Pinterest Stefan Frisch	205
	You Tube Stefan Frisch	5
	Summe	3.777

Aufwand Ergebnis

Wöchentlich
2-3 mal
20 Minuten

3 Wege:

- Mutiger werben
- Service Design
- Neue Wege gehen

Denken Sie

Quer!

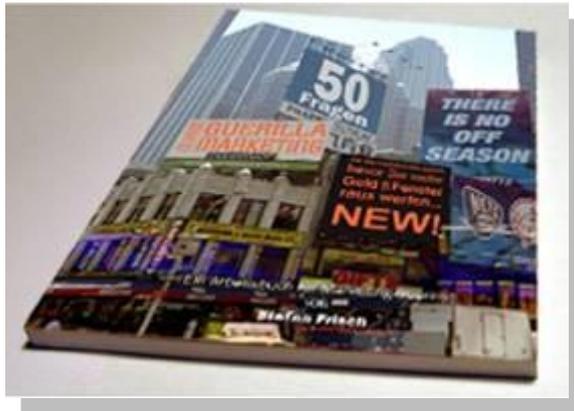
AMEN!

DANK E

für Ihre
Aufmerksamkeit!

Bestellen Sie kostenlos

info@machtfrisch.de



Arbeitshilfe
Guerrilla-
Marketing
(E-Book, 50 S.)



Vortrags-
Folien

Kontakt



Marketing macht Frisch

Stefan Frisch

www.machtfrisch.de

info@machtfrisch.de

Telefon 0911 - 977 9