



Deutscher Direktmarketing
Verband DDV (Hrsg.)

**Deutscher Dialogmarketing
Preis 2007**

ca. 340 S.; Hardcover mit
Schutzumschlag; 24 x 32 cm;
50 € (Mitgl. 40 €) inkl. MwSt.;
zzgl. Verpackung und Porto;
ISBN 978-3-928475-95-2;
Varus Verlag, Bonn; 2007

**Bitte beachten Sie auch die
Möglichkeit zum Nachbezug
früherer Ausgaben für Ihr
Dialogmarketing-Archiv:**

Ausgabe 2006: 50 € (Mitgl.
40 €), Ausgaben 2005–2002
zum Kombi-Preis von 100 €
(Mitgliedspreis: 85 €), jew.
inkl. MwSt.; zzgl. Verp./Porto

Erfolg im Dialog Beispiele, Tipps und Trends

Sie konzipieren gerade Ihr nächstes Mailing? Und sind auf der Suche nach einer ebenso aufmerksamkeitsstarken wie erfolgreichen Idee? Oder möchten Sie sich einfach nur über aktuelle Trends und branchenübergreifende Entwicklungen im deutschsprachigen Dialogmarketing informieren, die für Ihre Arbeit relevant sein könnten?

Dann lassen Sie sich doch vom brandaktuellen „*ddp-Jahrbuch 2007*“ inspirieren!

Hier finden Sie alle Gewinner des Deutschen Dialogmarketing Preises (ddp) ausführlich in Wort und Bild dokumentiert. Der ddp, renommiertester Wettbewerb der Direktmarketingbranche, bewertet innovative Strategien, originelle Kreation in Idee und Umsetzung und – das ist das Besondere – die erzielte Response-Quote einer Kampagne.

Das ddp-Jahrbuch ist repräsentatives Referenzmedium, wertvolle Arbeitshilfe und geschätzter Ideengeber zugleich. Es ist seit Jahren nachhaltig in der Zielgruppe verankert: Auftraggeber suchen z.B. im Schwerpunktteil „*Partners in Competence*“ nach qualifizierten Dienstleistern für ihre Vorhaben.

Nutzen auch Sie diese fundierte und auf Erfolg ausgerichtete Orientierungshilfe zur Unterstützung Ihres Marketing-Alltags!



Vilmar, Answin
**Markenkooperationen –
Kooperationsmarketing**
232 S.; brosch.; 16,2 x 24
cm; 39,80 € inkl. MwSt.;
zzgl. Verpackung und Porto;
ISBN 978-928475-86-0;
Varus Verlag, Bonn; 2006

„Das Buch kommt im rechten Moment. Nur gemeinsam ist man stark: Im Sportbereich und im Regionaltourismus, bei Events und in der Forschung werden immer häufiger übergreifende Kooperationen und Aktivitäten umgesetzt. Hierfür bietet insbesondere das ausführliche Kapitel 7 des Buches mit 250 „erprobten“ Kooperationen aus allen Branchen eine wahre Fundgrube. Auch für erfahrene Praktiker ein echter Gewinn!“

Know-how für die Praxis Marketingkooperationen richtig umsetzen

„Kooperationen“ als Alternative zu klassischen Marketingmaßnahmen sind *das* aktuelle Thema in Medien und Chefetagen. Doch was muss man dabei beachten? Und wie wird daraus eine Win-win-Situation auch für die eigene Marke?

Antwort auf diese und viele andere Fragen gibt die Neuerscheinung „*Markenkooperationen – Kooperationsmarketing*“.

Als kompakter Leitfaden für die Praxis entwickelt, bietet das Buch zunächst einen leicht verständlichen Einstieg in die Materie. Es zeigt dann gangbare Wege vom ersten Markenflirt bis zur gewinnbringenden Unternehmenspartnerschaft auf.

Zahlreiche Checklisten, tabellarische Übersichten und Abbildungen machen das Kompendium zu einem fundierten Nachschlagewerk für die tägliche Arbeit. Insbesondere der Anhang mit über 250 Fallbeispielen bietet Geschäftsführern und Marketing-Profis wertvolle Anregungen und Entscheidungshilfen für die erfolgreiche Umsetzung geplanter Marketing- und Markenkooperationen. Dies beinhaltet auch die Beurteilung, ob die angedachte Partnerschaft tatsächlich auf die eigene Unternehmens- und Produktmarke einzahlen kann.

Michael Cremer,
Gf. Direktor SK-Stiftung CSC Cologne Science Center, Köln, und
Dozent für Marketing beim Deutschen Golf Verband e.V., Wiesb.

Ja, hiermit bestelle/n ich/wir gegen Rechnung
Exemplar/e Ihrer Neuerscheinung „*ddp-Jahrbuch 2007*“ z. Preis von je 50 € zzgl. Porto/Verpackg.
Expl./e „*Markenkooperationen – Kooperationsmarketing*“ zu je 39,80 € zzgl. Porto/Verpackg.
die Ausgabe *ddp 2006/die Kombi 2005–2002*
Bitte senden Sie mir/uns Informationen zu weiteren Titeln Ihres Verlages.

4,5 Cent
für
Ihren
Erfolg

Name, Vorname

Firma

Abteilung

Straße

PLZ, Ort

Datum, Unterschrift

ANTWORT

Fax: 02 28 / 9 44 66-66

Varus Verlag
Vertrieb
Konrad-Zuse-Platz 1–3

D-53227 Bonn

AW

Fragen zu unseren Titeln
beantworten wir gern unter
Tel.-Nr. 02 28 / 9 44 66-0.
Besuchen Sie uns auch im
Internet, www.varus.com

Bücher für Marketingprofis

Arbeitshilfen für Ihren Erfolg