

Obsah

Thomas Patalas

O autorovi	7
Když mají nápady porazit rozpočet	9
1. Copak je všechno guerillové?	11
2. Marketing – co to vlastně je?	19
2.1 Hlavní pilíře vašeho marketingu	21
2.2 Marketingový plán	43
3. Guerillový marketing	47
3.1 Co je guerillový marketing?	49
3.2 Co vám může dát guerillový marketing?	67
3.3 Kdo může guerillový marketing využít?	70
3.4 Inflace pojmu: Hesla jsou jen pro agentury	72
4. Plánování vaší guerillové strategie	81
4.1 Je vaše nabídka stále v pořádku?	83
4.2 Na koho by akce měla být zaměřena?	89
4.3 Co musíte vědět o svých zákaznících	93
4.4 Jaké výhody chcete nabídnout svým zákazníkům?	119
4.5 Neustále sledujte náklady	125
5. Čistě prakticky – vaše guerillová akce	129
5.1 Kdy je nějaký nápad možné považovat za originální?	130
5.2 Jak najdu ten správný nápad?	135
5.3 Jakými marketingovými akcemi se cítíte osloveni?	138
5.4 Jak do svých guerillových kampaní zapojit internet	141
5.5 Jak do své guerillové kampaně zapojit média	155
5.6 Jak můžete zapojit své klienty	168
5.7 Pozor na chyby! Jak to taky může skončit v tom horším případě...	182
Literatura	189