
Inhaltsverzeichnis

Zu diesem Buch – eine „Gebrauchsanleitung“	7
1 Trojanisches Marketing – Was ist das?	11
1.1 Troja – die Geschichte	12
1.2 Trojanisches Marketing – So funktioniert es	14
2 Trojanisches Marketing I – Was bisher geschah	17
2.1 Trojanisches Marketing I – Mit trojanischen Aktivitäten in die Bestsellerlisten	17
2.2 Trojanisches Marketing – Man spricht darüber	21
3 Trojanische Marketing II – Die Geschichte geht weiter	23
3.1 Zauberei, Magie und das trojanische Steuerrad	23
3.2 Trojanisches Marketing – dasselbe wie ...?	27
3.3 Virales Marketing & Co. trojanisch nutzen	34
3.4 Trojanisches Marketing – Wer profitiert?	35
Zauberei: Visitenkartendruck	40
4 Die trojanische Toolbox	43
4.1 Die gute Stimmung nutzen – freudige Ereignisse	46
Zauberei: Hui-Hui	76
4.2 Vorhandenes verwenden – Vorlagen und Muster nutzen	77
Storytelling – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Dr. Werner T. Fuchs	131
Erklärungsvideos – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Matthias Cermak	137
Zauberei: Kartenwanderung	144
4.3 Trojanische Rhetorik® – The Power of Words	146
Zauberei: Pi – Pa – Po	177
4.4 Das Wetter als Trojanisches Pferd	179
Zauberei: Verwandlung von Feuerzeug in Zündholzschachtel	191
4.5 Kooperationen – ein trojanisches Erfolgsprinzip	193
Zauberei: Magische Rechenmaschine	216
4.6 Das Guide-Prinzip – Informationen als Trojanisches Pferd	218
Zauberei: Zigarette in Schachtel	247
4.7 Trojanische Überraschungen	248
Neukundengewinnung – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Dirk Kreuter	265
Zauberei: Zündholzreparatur	272

Inhaltsverzeichnis

4.8	DAWOS – zielführende trojanische Strategie	274
	Innovatives Marketing – Gastbeitrag unserer Kooperationspartnerin Mirela Petrovic (Wien Tourismus)	291
	DAWOS-Strategie – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Michael R. Grunenberg	297
	Zauberei: Eine Münze verschwindet	305
4.9	Trojanische Pferde durch das Social-Media-Universum galoppieren lassen	306
	Inside Owen – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Torsten Ambs	337
	Zauberei: Seildurchdringung	359
5	Ein Blick in die Zukunft – Gibt es Trends?	361
5.1	Unsere Prognosen aus „Trojanisches Marketing I“ bestätigen sich	361
5.2	Erfolg ist kein Zufall – effiziente Zukunftsstrategien	366
	Sound of Games – Gastbeitrag unseres Kooperationspartners Filipp Issa	382
	Kontaktangebote	387
	Literaturverzeichnis	389
	Bücher und wissenschaftliche Artikel	389
	Internetquellen	391
	Stichwortverzeichnis	397
	Die Autoren und Kooperationspartner	403
	Autoren	403
	Kooperationspartner	404
	Danksagung	409

Zu diesem Buch – eine „Gebrauchsanleitung“

Dieses Buch weist einige Besonderheiten auf, die es von „herkömmlichen“ Büchern unterscheidet. Wir meinen daher, dass es für Leserinnen und Leser hilfreich ist, ganz an den Anfang eine kurze „Gebrauchsanleitung“ zu stellen, in der knapp erklärt wird, was es mit den „Extras“ auf sich hat.

Es wird Ihnen aufgefallen sein, dass auf der allerersten Seite des Buchs ein kleines Spielkarten-Päckchen eingeklebt ist. Was hat es damit auf sich?

Es handelt sich um sogenannte „Trickkarten“, also um Karten, mit denen ein „Zaubertrick“ vorgeführt werden kann. Wie dieser genau funktioniert, können Sie der Tricanleitung entnehmen, die den Karten beigefügt ist. Diesen Trick können Sie verwenden, um andere Personen – möglichst solche, die dieses Buch noch nicht gekauft haben – zu verblüffen.

Das gilt auch für die anderen Tricks, die Sie im Buch finden werden – quasi als *running gag*. Warum das?

Wir sind der Meinung, dass Trojanisches Marketing und Magie vieles gemeinsam haben, wie wir später erklären und an zahlreichen Beispielen vorführen wollen. In beiden Fällen geht es um Überraschung, Verblüffung, indirektes Kommunizieren.

Ein besonderes Anliegen war es den Autoren, ihren Leserinnen und Lesern jeden unnötigen theoretischen Ballast zu ersparen. Trojanisches Marketing ist keine bloße Theorie, sondern vor allem eine höchst effiziente Strategie für die Praxis. Es gibt inzwischen viele reale Beispiele, die hervorragend demonstrieren, wie Trojanisches Marketing erfolgreich in die Praxis umgesetzt wurde. Die Seele dieses Buchs sind daher zahlreiche Praxisbeispiele – so dargestellt, wie sie tatsächlich stattgefunden haben. Die Autoren sind davon überzeugt, dass sich anhand der ausführlich beschriebenen und genau analysierten Beispiele den Leserinnen und Lesern besser erschließt, wie Trojanisches Marketing funktioniert, als anhand seitenlanger theoretischer Abhandlungen. Seien Sie kreativ, lassen Sie sich von den Praxisbeispielen inspirieren und entwickeln Sie Ihre eigenen trojanischen Strategien.

Zu diesem Buch – eine „Gebrauchsanleitung“

Was wir noch bieten werden: Sie finden an den passenden Stellen

- Info-Boxen, die gerade verwendete, aber möglicherweise nicht jedem geläufige Begriffe erklären,
- Checklisten, die Ihnen helfen werden, eigene Konzepte auf Basis unserer Vorschläge und Empfehlungen zu erstellen,
- Praxistipps, in denen wir theoretisch-abstrakt präsentierte Ideen so für die Praxis adaptieren und „übersetzen“, dass Sie sie direkt in Ihrem eigenen Business anwenden können.

Sie werden sehen, dass wir relativ viele Bilder in den Text integriert haben. Sie sollen die trojanischen Beispiele illustrieren, damit Sie sich besser vorstellen können, was in der Realität jeweils stattgefunden hat.

Eine Besonderheit des Buchs, mit der wir die Grenzen „herkömmlicher Bücher“ erweitern möchten, sind die zahlreichen QR-Codes (Anmerkung: QR = engl. Quick Response, dt. schnelle Antwort). „QR-Code“ ist ein eingetragenes Warenzeichen des japanischen Unternehmens *Denso Wave Incorporated*. Dabei handelt es sich um einen zweidimensionalen, quadratischen Binärcode, mit dem Informationen dargestellt werden können, ähnlich dem von der Warencodierung bekannten Strichcode, der von Supermarktkassen gescannt wird.

QR-Codes sind vor allem in Japan (wo sie 1994 für Toyota für Logistikzwecke entwickelt wurden) weit verbreitet, kommen aber nun auch in Europa immer häufiger zum Einsatz. Gelesen und entschlüsselt werden QR-Codes mit den inzwischen handelsüblichen *Smartphones* und *Tablets* bzw. deren Kamerafunktion unter Verwendung einer speziellen Entschlüsselungs-Software (*QR-Code Reader* bzw. *Scanner*).

Diese *Reader/Scanner* kann man sich in den jeweiligen *Stores* der unterschiedlichen Anbieter herunterladen und im *Smartphone* oder *Tablet* installieren. Fotografiert man dann mit der Kamera den Code, erhält man umgehend die dahinter liegenden Informationen, i. d. R. also die URL der vorgeschlagenen Webseite.