

Jay Conrad Levinson

131 11

mit Jeannie Levinson und Amy Levinson

1 1\*1 " v 1" 1"

# Guerilla Marketing des 21. Jahrhunderts

Clever werben mit jedem Budget

Aus dem Englischen von Birgit Schöbitz

, V; iM

.Jl 11 11

... ..(..v: !.

• HOCHSCHULE  
"LIECHTENSTEIN -  
Bibliothek .i.

Campus Verlag „„„„ „AtUJi tJi( r(1P, „U,;; , „;„;„ „„. ^  
Frankfurt/NewYork f^



Teil IV	Marketing-Spezialitäten	259
11	Marketing mit E-Medien	261
12	Infomedien-Marketing	306
13	Der Mensch als Marketingmedium	325
14	Indirektes Marketing	344
Teil V		
	Das Wesen des Guerillas	371
15	Was braucht die Guerilla-Firma?	373
16	Die innere Einstellung	392
17	Die Psychologie des Guerilla Marketings	402
	Die 200 Waffen des Guerilla Marketings	408
	Danksagung	413
	Literatur	416
	Register	434