

# Inhalt

<b>Vorwort</b>	<b>6</b>
<b>1. Das Konzept für Ihre Marketing-Kooperationen</b>	<b>9</b>
Vorteile von Marketing-Kooperationen	10
Zeitpunkte und Arten von Marketing-Kooperationen	13
Die konkrete Zielsetzung	22
<b>2. Der Power-Partner: Wer passt?</b>	<b>29</b>
Den passenden Power-Partner finden	30
Kriterien für die Auswahl	34
Das NEER-Konzept	37
<b>3. Vorteilsideen entwickeln</b>	<b>43</b>
Das Nutzenquadrat	44
Vorteilsideen für den Kooperationspartner	47
Vorteilsideen für die Kunden	53
<b>4. Die erfolgreiche Suche nach dem Power-Partner</b>	<b>57</b>
Die Suche nach dem richtigen Kooperationspartner	58
Das Internet sinnvoll für die Suche nutzen	60
Ihre erste Kontaktaufnahme	66

<b>5. Vereinbarung und Erfolgskontrolle</b>	<b>73</b>
Wichtige Punkte bei einer Vereinbarung	74
Verhandlungstaktiken	78
War Ihre Kooperation erfolgreich?	80
<b>Fast Reader</b>	<b>85</b>
<b>Der Autor</b>	<b>92</b>
<b>Weiterführende Literatur</b>	<b>93</b>
<b>Register</b>	<b>94</b>