

Inhalt – Die Virale Welle

Inhalt.....	3
Vorwort.....	5
Die Grundlagen des Viralen Marketings: Was Sie wissen müssen	6
Die Psychologie hinter dem Teilen	6
Die Macht der Emotionen in viralem Content.....	7
Warum manche Inhalte viral gehen und andere nicht.....	8
Ihre Zielgruppe verstehen: Der Schlüssel zum viralen Erfolg	9
Demografie vs. Psychografie: Wer teilt was?	9
Influencer: Verbündete im viralen Ökosystem.....	10
Die Rolle von Nischen-Communities	12
Content, der Klicks generiert: Erstellen Sie teilenswerte Inhalte	13
Storytelling: Geschichten, die man weitererzählen will	13
Humor: Lachen ist ansteckend	14
Visuelle Inhalte: Ein Bild sagt mehr als tausend Worte.....	15
Social Media Strategien: Wo und wie Sie posten sollten	16
Die besten Zeiten für Posts auf verschiedenen Plattformen.....	16
Hashtags und Trends: Surfen auf der viralen Welle	17
Interaktion: Dialog statt Monolog	19
Kampagnen, die Geschichte schrieben: Lernen von den Besten.....	20
Fallstudien erfolgreicher viraler Kampagnen	20
Was wir von Fehlschlägen lernen können.....	21
Analyse: Warum diese Kampagnen funktionierten.....	22
Messung Ihres Erfolgs: Analytik für virales Marketing	24
KPIs für virales Marketing.....	24
Tools und Techniken zur Erfolgsmessung.....	25
A/B-Tests: Experimentieren für den Erfolg.....	26
Virales Marketing auf Autopilot: Automatisierung und Bots	27
Automatisierungstools, die Ihnen Zeit sparen.....	27
Die ethische Seite der Automatisierung.....	28
Fallstricke und wie man sie vermeidet	29
Budgetfreundliches virales Marketing: Kosteneffektive Strategien.....	31
Guerilla-Marketing: Kreativität über Budget.....	31
Partnerschaften und Kooperationen.....	32
User-Generated Content: Die Nutzer einbeziehen.....	33

Rechtliche Aspekte: Was Sie beim viralen Marketing beachten müssen	35
Urheberrecht und Fair Use im Internet	35
Datenschutz und Persönlichkeitsrechte	36
Fallbeispiele und Gerichtsurteile	37
Die Zukunft des viralen Marketings: Trends und Prognosen.....	39
Künstliche Intelligenz und virales Marketing.....	39
Virtual Reality: Die nächste Dimension des Marketings.....	40
Nachhaltigkeit und soziale Verantwortung im Marketing.....	41