

Eis Verkaufs Tasche

Alle atypischen Marketing-Aktionen, die mit einem geringen Kostenaufwand eine große Wirksamkeit erzielen, können als Eisverkauf Bauchladen bezeichnet werden.



Werbetreibende sichern sich z.B. beim Verkauf von T-Shirts oder bei der Werbung auf Privatfahrzeugen die Aufmerksamkeit in der Öffentlichkeit. Auch beim Verschenken von Aufklebern oder Postern lässt sich eine eindrucksvolle Wirkung erzielen, wenn die Präsentierten diese Stoffe im öffentlichen Bereich anbringen.

Virales Marketingkonzept wird im Guerilla-Marketing immer wichtiger: Firmen und Agenturen nutzen soziale Netzwerke, um sensationelle Nachrichten oder Videos zu verbreiten. Oftmals erkennen die Anwender nicht, dass es sich um Guerrilla-Marketing

handelt. Erst nachträglich stellen die Verantwortlichen eine Verbindung zu einem Unternehmen oder einem Produktionsmittel her.



Below-the-Line Marketing-Maßnahmen sind alle Maßnahmen zur Förderung der Bekanntheit von Produkten oder Dienstleistungen, die nicht auf eindeutig identifizierbare Werbemaßnahmen zurückzuführen sind. Dazu gehören unter anderem TV-Spots, Anzeigen in den Medien oder im Internet, während Below-the-Line-Maßnahmen eher indirekt die Kunden ansprechen. Dazu zählen Pressemitteilungen, Marketing, Werbung, Gewinnspiele, Mailings, Online-Kommunikation und die Verteilung von Produktmustern bei Anlässen.



Ebenso werden indirekte Werbeaktivitäten wie Product Placement in der Filmbranche einbezogen. Der Begriff leitet sich vom Bild der "Sichtbarkeit" ab, d.h. die Aktivitäten, die für den Kunden als Werbung klar zu erkennen sind, sind above-the-line, während die subtileren Tätigkeiten als below-the-line verstanden werden.