

# Anforderung von Rezensionsexemplaren

Bitte faxen an 07254 / 95773-90

**Ja**, senden Sie mir ein Rezensionsexemplar folgender Bücher zu:

- 
- NEU: Leitfaden E-Mail-Marketing 2.0 – Mit Online-Marketing Reichweite erhöhen und Kosten senken**  
Führende Experten verraten, wie Sie E-Mail-Adressen gewinnen, Versandsysteme integrieren und professionelle Kampagnen entwerfen. Das Thema ist brandaktuell: Zwei Drittel aller Deutschen haben inzwischen eine E-Mail-Adresse. 53 % rufen ihre E-Mails täglich ab. 89,2 % der Onliner nutzen das Internet, um E-Mails zu senden und zu empfangen.  
Herausgeber: Torsten Schwarz, 500 Seiten, ISBN: 978-3000271809, 2009.
  - Leitfaden Dialogmarketing – Das kompakte Wissen der Branche**  
Dialogmarketing ist mehr als nur der Dialog mit dem Kunden per Brief. Neue digitale Technologien bringen Veränderung. In diesem Leitfaden berichten renommierte Experten des deutschsprachigen Dialogmarketings auf welche Veränderungen sich ein Marketer einstellen muss.  
Herausgeber: Torsten Schwarz, 536 Seiten, ISBN: 978-3000239250, 2008.
  - Leitfaden Online Marketing – Das kompakte Wissen der Branche**  
Onlinewerbung wächst derzeit zehnmals schneller als alle anderen Werbemedien. Dieses Buch bündelt das aktuelle Wissen einer ganzen Branche. Die Autoren sind die führenden Köpfe der Online-Branche. Es sind erfolgreiche Fachbuchautoren, hochrangige Experten sowie anerkannte Wissenschaftler.  
Herausgeber: Torsten Schwarz, 858 Seiten, ISBN: 978-3000209048, 2007.
  - Leitfaden Integrierte Kommunikation**  
Wie Web2.0 das Marketing revolutioniert. Mit 36 Fallbeispielen aus der Praxis. Lernen Sie von Audi, Coca-Cola, Ferrero, Playboy und Schlecker.  
Herausgeber: Gabriele Braun & Torsten Schwarz, 536 Seiten, ISBN: 978-3000192715, 2006.
  - Leitfaden Permission-Marketing – Werbung die ankommt**  
Die Zeiten sind vorbei, als Unternehmen es sich leisten konnten, Werbung zu verbreiten, die keiner beachtet. In diesem Buch beschreiben renommierte Experten, wie Permission Marketing in der Praxis funktioniert.  
Torsten Schwarz, 285 Seiten, ISBN: 978-3000170348, 2005.
  - Leitfaden eMail-Marketing und Newsletter-Gestaltung**  
Wer seinen Kunden etwas zu sagen hat, erreicht zweistellige Reaktionsraten und spart Mailingkosten. Wie Sie dieses Ziel in zwölf Schritten erreichen, verrät Torsten Schwarz in seinem Buch.  
Torsten Schwarz, 193 Seiten, ISBN: 978-3000146398, 2004.

---

Ich arbeite für die folgende/n Redaktion/en

---

Ich möchte das Werk gerne in der folgenden Publikation besprechen

---

Datum/Unterschrift

**Meine Lieferung schicken Sie bitte an:**

---

Firma

---

Name

---

PLZ/Ort

---

Straße

---

E-Mail

---

Telefon