

Inhaltsverzeichnis

1 Herausforderungen des kundenzentrierten Markenmanagements	1
Literatur.	2
2 Kundenzentrierung im Markenmanagement	5
2.1 Kundenverständnis als Voraussetzung für Kundenzentrierung.	5
2.2 Customer Experience als Grundlage des kundenzentrierten Markenmanagements	9
2.2.1 Customer Experience Journey	9
2.2.2 Customer Experience Journey Map	12
2.3 Customer Touchpoint Management als zentrales Tool des kundenzentrierten Markenmanagements	14
2.3.1 Touchpoint Arten	15
2.3.2 Touchpoint Bewertung	18
2.3.3 Touchpoint Innovation	21
2.3.4 Touchpoint Modellierung	23
2.4 Customer Experience Journey effizient steuern	27
2.4.1 Kennzahlen zur Steuerung der Customer Experience Journey	27
2.4.2 Spend Effectivness Analysen und Budgetierungsmodelle	28
Literatur.	30

3	Implikationen für klassische Steuerungsansätze des Markenmanagements.	33
3.1	Organisatorische Implikationen	33
3.1.1	Neue Kompetenzen und Formen der Zusammenarbeit.	34
3.1.2	Agile Denkweisen und Methoden	36
3.2	Veränderungen im Kommunikationsfokus.	39
3.3	Implikationen für die Markenstrategie.	41
	Literatur.	46
4	Kundenzentriertes Markenmanagement umsetzen.	49
	Literatur.	51