

Thomas Harder | Nicolas Wüthrich

Marken für Menschen

Wie weiter nach dem
Marken-Missverständnis

Versus · Zürich

Kapitel 3	Wie Marken für Menschen Führung und Entwicklung radikal verändert	
	Marke zu Ende denken	83
	Haltung 1: Marken für Menschen sind Schöpfer	85
	Haltung 2: Marken für Menschen durchdringen das Ganze	91
	Haltung 3: Marken für Menschen sind ganz bei sich und ihrem Wesen	96
	Haltung 4: Marken für Menschen vertrauen ihrer Kundschaft und hören ihr anders zu	102
	Haltung 5: Marken für Menschen machen den Markt – wenn Kommunikation mitmacht	111
Epilog	Marke ist nicht mehr das Gleiche	119
	Quellen	122
	Autoren	127