

Den Preis nicht wert, viel Fassade, unredliches Verhalten:
Kunden sind gegenüber Marken immer misstrauischer.
Als Ursache orten die Autoren Thomas Harder und Nicolas
Wüthrich ein fundamentales Marken-Missverständnis:
Man meint, Marken aussen durch Logo und Werbung machen
zu können, während man innen bei den Leistungen spart.

Marke ist nach *Marken für Menschen* nicht mehr das Gleiche:
Marke wird auf die Kundschaft ausgerichtetes Zentrum
von Führung und Strategie, verbindet innen mit aussen.
Marken für Menschen vermittelt Führungsverantwortlichen
einen völlig neuen Zugang zum Potenzial ihrer Unternehmen,
Institutionen sowie Standorte und lässt Marken entstehen,
für die Kunden gerne zahlen.

Bahnbrechend, konzentriert, praxisorientiert.

Thomas Harder ist Gründer und Nicolas Wüthrich Partner
von Swiss Brand Experts.