

Ziele der Markenführung

Markenziele → Vorgaben für die Konzeption der Markenidentität

Ökonomische Markenziele: Markenwert, Akquisitions- und Kundenbindungskosten, preispolitischer Spielraum,...

Psychografische Markenziele: Markenbekanntheit, Markenimage, Kundenzufriedenheit, Weiterempfehlungsrate,...

Ziele der internen Markenführung: Verbesserung der internen Markenstärke, des Brand Commitments der Mitarbeiter, niedrige Mitarbeiterfluktuation

Revision #2

Created 1 June 2023 12:33:33 by Merith Holtmann

Updated 5 June 2023 10:23:46 by Merith Holtmann