

*Marken
für die
Ewigkeit*

**7 + 1 Dinge,
die wir aus Krisen
lernen können**

Inhalt

Vorwort von John Strelecky	9
Einführung – mein Versprechen an Sie	13
Warum dieses Buch nicht morgen entstehen durfte	15
Wie Marken Generationen überdauern	26
Digitalisierung – die neue Realität	29
In der Welt der Superlative	30
Überall & jederzeit – Social Media einfach erklärt	38
Wachstum – Qualität statt Quantität	45
Zahlen lügen nicht – nur manche	47
Wie Sie Menschen begeistern	51
Die Mär von Rationalität	54
Vier Tipps, wie Sie eine treue Kundschaft aufbauen	61
Werte – Profit... und was dann?	67
Wertvolle Beziehungen durch »wert-volle« Führung	71
Glaubenssätze werden zu Marketing-Regeln	76
Warum Maslow nicht mehr den Nerv der Zeit trifft	79
Wie Sie die Wertefalle umgehen	84

Nachhaltigkeit – das neue Premium	93
Eine »grundlegende Umgestaltung« für jeden von uns	96
Grün alleine reicht nicht aus	102
Weitsicht – die Unsicherheit lieben lernen	115
Lernen – so wird Ihre Marke zum »Klassenbesten«	118
Planen – so klar wie möglich, so flexibel wie nötig	121
Selbstführung – ein bewusstes Ich für ein starkes Wir	131
Die Learning-by-doing-Falle	132
Kontrollierte Auszeiten – drei Wege für Führungskräfte	134
Vertrauen schenken – eine unterschätzte Aufgabe	140
Flexibilität – »Be water my friend«	147
Warum Sturheit keine Stärke ist	150
Mit der »Pressemitteilung aus der Zukunft« zum Ziel	158
And there is one more thing... Menschlichkeit	163
Mehr Emotionen, mehr Flexibilität	166
Durch Technik zu mehr Menschlichkeit	178
Menschlichkeit ist Chefsache!	188
Im Zentrum steht der Mensch	190
Marken für die Ewigkeit – ein Fazit	197
Über den Autor	207
Anhang	209
Stichwortverzeichnis	215