

Inhalt

Einleitung oder was Siegermarken wirklich anders machen	7
Kapitel 1: Denkmuster Marktführerschaft (oder die Macht des kollektiven Gedächtnisses)	11
Kapitel 2: Denkmuster Kategorisierung (oder die Macht der mentalen Schublade)	23
Kapitel 3: Denkmuster Wahrnehmung (oder die Macht des wahren Ersten)	35
Kapitel 4: Denkmuster Wettbewerb (oder die Macht der ersten Alternative)	47
Kapitel 5: Denkmuster Qualität (oder die Macht von TQM plus PQM)	63
Kapitel 6: Denkmuster Dominanz (oder das Marken-3-Eck zum Erfolg)	75
Kapitel 7: Denkmuster Markenwachstum (oder die Macht des definierten Wachstumspfad)	95
Kapitel 8: Denkmuster Unternehmenswachstum (oder die Macht mehrerer Marken)	119
Kapitel 9: Denkmuster Decluttering (oder die hohe Kunst der mentalen und tatsächlichen Refokussierung)	135
Kapitel 10: Denkmuster Zukunft (oder warum Zukunft Gegenwart braucht)	155
It's a Mind Game oder vom Siegermarken-Konzept zum Markensieger	166
Verwendete und weiterführende Literatur	173