

Souveräne Markenführung

Managementkonzept zur Führung von Marken im Zeitalter
von Social Media.

Inhaltsverzeichnis

Vorwort	6
Inhaltsverzeichnis	11

KAPITEL 1 | Worum es geht 13

Verführung zur „Souveränen Markenführung“	14
Ihr Einfluss auf Ihre Marke	17
Eine Haltung wie beim Surfen	20
Ihr Weg zur Souveränen Markenführung	22
Das Souveräne daran	25
Die Führung dabei	25
Was bleibt von vertrauten Konzepten?	26
Worauf sich Markenführung bislang konzentriert	28
Was Markenführung bislang vernachlässigt	30
Zentrale Leitfragen für Ihre Markenführung	33

KAPITEL 2 | Social Media PR 34

Der Markt ist bei Ihnen – hoffentlich	35
Sie sind als Mensch gefragt	38
Erfolgsfaktoren von Social Media PR	39
Das alte PR-Verständnis hat ausgedient	44
Kann das nicht eine Agentur machen?	47
Ist Ihre Hierarchie überholt?	48
Ihre Marke als gefragter Netzwerkknoten	49
Kollaboration mit Maß	51
Lessons Learned	53
Social Media PR für Souveräne Markenführung – in vier Schritten	54
Anhang Social Media PR	55

KAPITEL 3 | Brand Hacking 62

Das Wesen von Brand Hacking	63
Erscheinungsformen des Brand Hacking	66
Durch Hacking Chancen erkennen	82
Werden Sie „Chef Brand Hacker“!	86
Brand Hacking Management	90
Lessons Learned	94
Handlungsanleitung für Ihr Brand Hacking	94

KAPITEL 4 Brand Reframing	96
Der Kontext macht die Marke	97
Doppelframe-Modell	103
Framing-Prinzip	105
Strategien des Reframing	107
Weiterentwickeln erfolgreicher Marken	110
Lessons Learned	112
Handlungsanleitung für Ihr Brand Reframing	112
KAPITEL 5 Internal Leadership	115
Voraussetzungen schaffen für mehr Einfluss	116
Ihr Weg zum Internal Leadership	118
Management Reframing: schwach wird stark	120
Markenführung gehört nach vorn	124
Kybernetisches Management	127
Unternehmerische Handlungsmuster für Sie	132
Lessons Learned	133
Eine harte Schule – aber Sie sind nicht allein	134
Literatur- und Abbildungsverzeichnis	136
Register	138