

Inhalt

Marken im Umbruch und Aufbruch	11
▪ Bestandsaufnahme: Warum Umbruch und Aufbruch wohin?	12
▪ Ermitteln Sie die Befindlichkeit Ihrer Marke	15
▪ Warum Marke-ting sich verändert und doch bleibt, wie es ist	17
▪ Warum Marke-ting das Herzstück eines Unternehmens ist	19
▪ Herausforderung 1: Was Big Data für das Marke-ting bedeutet	33
▪ Herausforderung 2: Wie sich der stationäre Handel behaupten kann	36

Treffsicheres Marketing – 10 Erfolgsgaranten	45
▪ Grundlage: Am Puls der Zeit die Marktbedingungen nutzen	46
▪ Erfolgsgarant 1: Ecken Sie an und beziehen Sie Position	48
▪ Erfolgsgarant 2: Jagen Sie nie zwei Hasen gleichzeitig	49
▪ Erfolgsgarant 3: Schlüpfen Sie in die Schuhe der Kunden	50
▪ Erfolgsgarant 4: Brechen Sie Regeln, machen Sie den Unterschied	51
▪ Erfolgsgarant 5: Seien Sie wirklich ehrlich	53
▪ Erfolgsgarant 6: Keep it short, stupid	54
▪ Erfolgsgarant 7: Kommunizieren Sie überraschend dramatisch	56
▪ Erfolgsgarant 8: Geiz ist nicht geil	57
▪ Erfolgsgarant 9: Kongruenz von Marke und Produkt	58
▪ Erfolgsgarant 10: Stärken Sie die Aussage Ihrer Marke	59
▪ Bekanntheit kann man kaufen, Attraktivität muss man sich erarbeiten	60

Die 13 Erfolgsrezepte für den stationären Handel	77
▪ Erfolgsrezept 1: Nur wer sich ändert, bleibt sich treu	78
▪ Erfolgsrezept 2: Hybrider Handel? Erst prüfen, dann handeln	80
▪ Erfolgsrezept 3: Schaffen Sie Nähe, Nutzen, Neuigkeit	82
▪ Erfolgsrezept 4: Herkunft hat Zukunft	84
▪ Erfolgsrezept 5: Kontaktpunkte richtig nutzen	87
▪ Erfolgsrezept 6: Convenience – Verlassen Sie die Komfortzone	88
▪ Erfolgsrezept 7: Hören Sie die ultimative Forderung der Kunden	91
▪ Erfolgsrezept 8: Was wünschen sich die Digital Natives?	100
▪ Erfolgsrezept 9: Den Kundenscheck »Kassenschlange« auflösen	102
▪ Erfolgsrezept 10: Den Einkaufsprozess Station für Station justieren	108
▪ Erfolgsrezept 11: Berühre mich, begeistere mich	109
▪ Erfolgsrezept 12: Markenzweck – mit Schokolade gegen Kinderarbeit	117

▪ Erfolgsrezept 13: Markenwerte – Tu Gutes, rede darüber!	118
▪ Extra: Der freie Stuhl steht für den Kunden	119
▪ Spezial 1: Der Future Store – 24/7 und noch mehr	124
▪ Spezial 2: Charity-Shopping – eine Win-win-win-Situation schaffen	132
▪ Spezial 3: Online und Offline – das Beste beider Welten verschmelzen	144
▪ Leitfaden: Mittel und Wege aus der Marketing-Sackgasse	153
▪ Überblick: Die besten Erfolgsrezepte für den stationären Handel	156
Alles online oder was? – 10 Thesen in Wort und Bild	163
▪ Der Online-Kater – oder: Weniger ist mehr	164
▪ Achtung Mogelpackung! Kaufentscheidungen verstehen	167
▪ Auf die Tücken der Statistik nicht hereinfallen	178

▪ Vertrauen bilden – Es ist nicht alles Gold, was glänzt	181
▪ Mein Onlineshop ist pleite	190
▪ Individuelle Beratung bieten	194
▪ Man muss Menschen mögen – und mit Kunden reden	197
▪ Online ist schlagbar und Offline erfolgreich	202
▪ Wovor Amazon Angst hat	205

Kernkompetenzen für Marketing-Leiter **211**

▪ Training für Marketingverantwortliche	212
▪ So treffen Sie lustvoll mutige Entscheidungen – 10 Tools	216
▪ Der Marke-ting-Sommelier als Berufsbild	232
▪ Stichwortverzeichnis	245
▪ Der Autor	248