

David A. Aaker

Markenrelevanz

*Erfolgreich
Wettbewerber
ausschalten*

Aus dem Englischen von Birgit Reit

WILEY

WILEY-VCH Verlag GmbH & Co. KGaA

Inhaltsverzeichnis

Vorwort 9

Kapitel 1 Echtes Wachstum durch die
Erzeugung von >Must-Haves< 17

Kapitel 2 Konzepte entwickeln – Ideen mit
Potenzial 41

Kapitel 3 Konzepte bewerten – Markt und
Wettbewerbsfähigkeit 65

Kapitel 4 Kategorie oder Subkategorie
managen – Konsequenz bei der
Umsetzung 91

Kapitel 5 Barrieren errichten –
Aufrechterhaltung des
Wettbewerbsvorteils 117

Kapitel 6 Relevanz erhalten – Berücksichtigung
der Marktdynamik 143

Der Autor 171