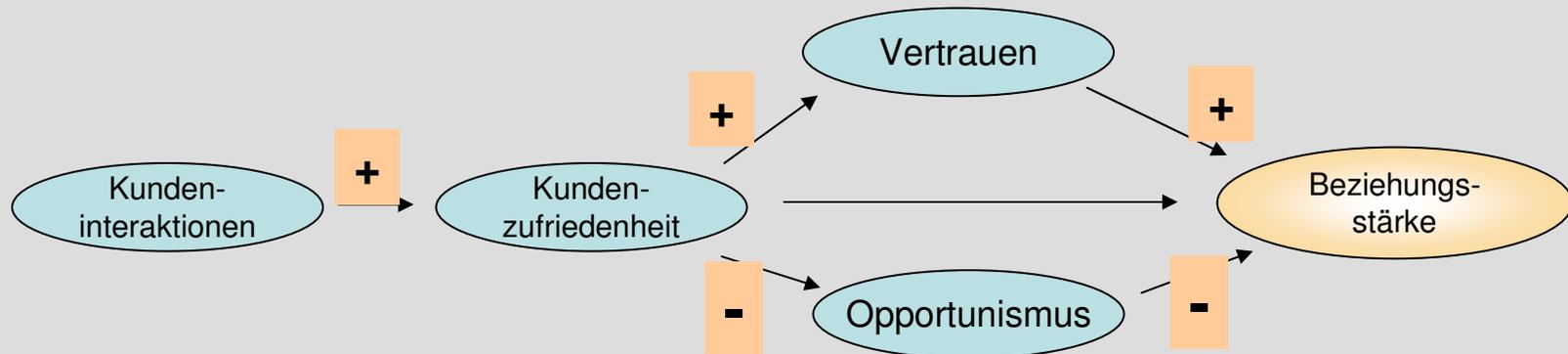


Die neuen Regeln des Marketing

Wertschöpfung als Leitmotiv

- Strategische Ausrichtung der Wertschöpfungsprozesse an Kundenzufriedenheit und Kundenbindung



**Kundenbindung (Beziehungsstärke) kann nur indirekt erreicht werden:
Über Kundenzufriedenheit als wesentlicher Faktor zur Schaffung von Vertrauen
und Reduktion von Opportunismus**

Das Verhaltensprogramm des Menschen

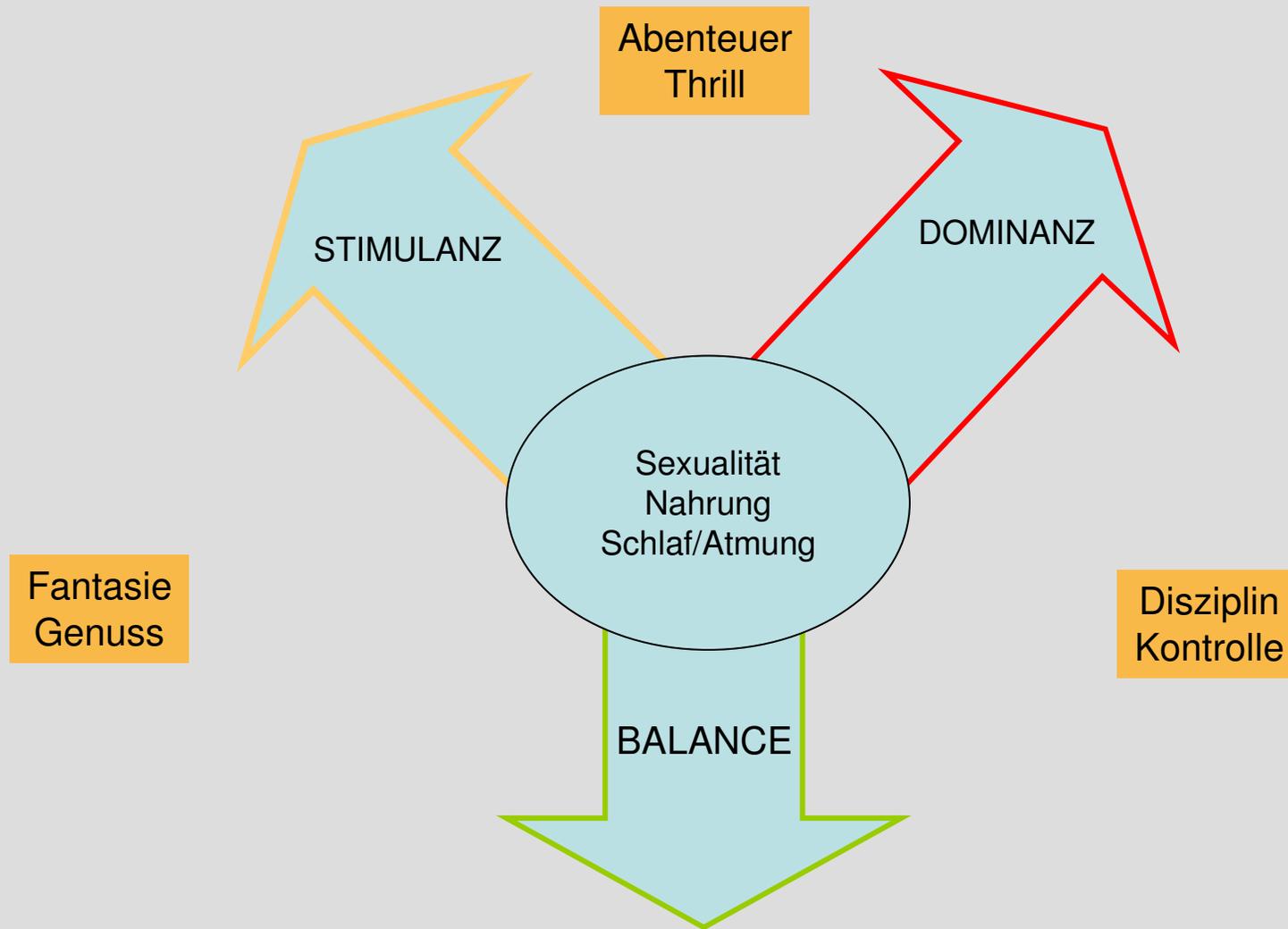


Abb. 29

Wertkatalog

Zielsetzungen

Metriken

Strategien

Themen/Probleme

Abb. 30

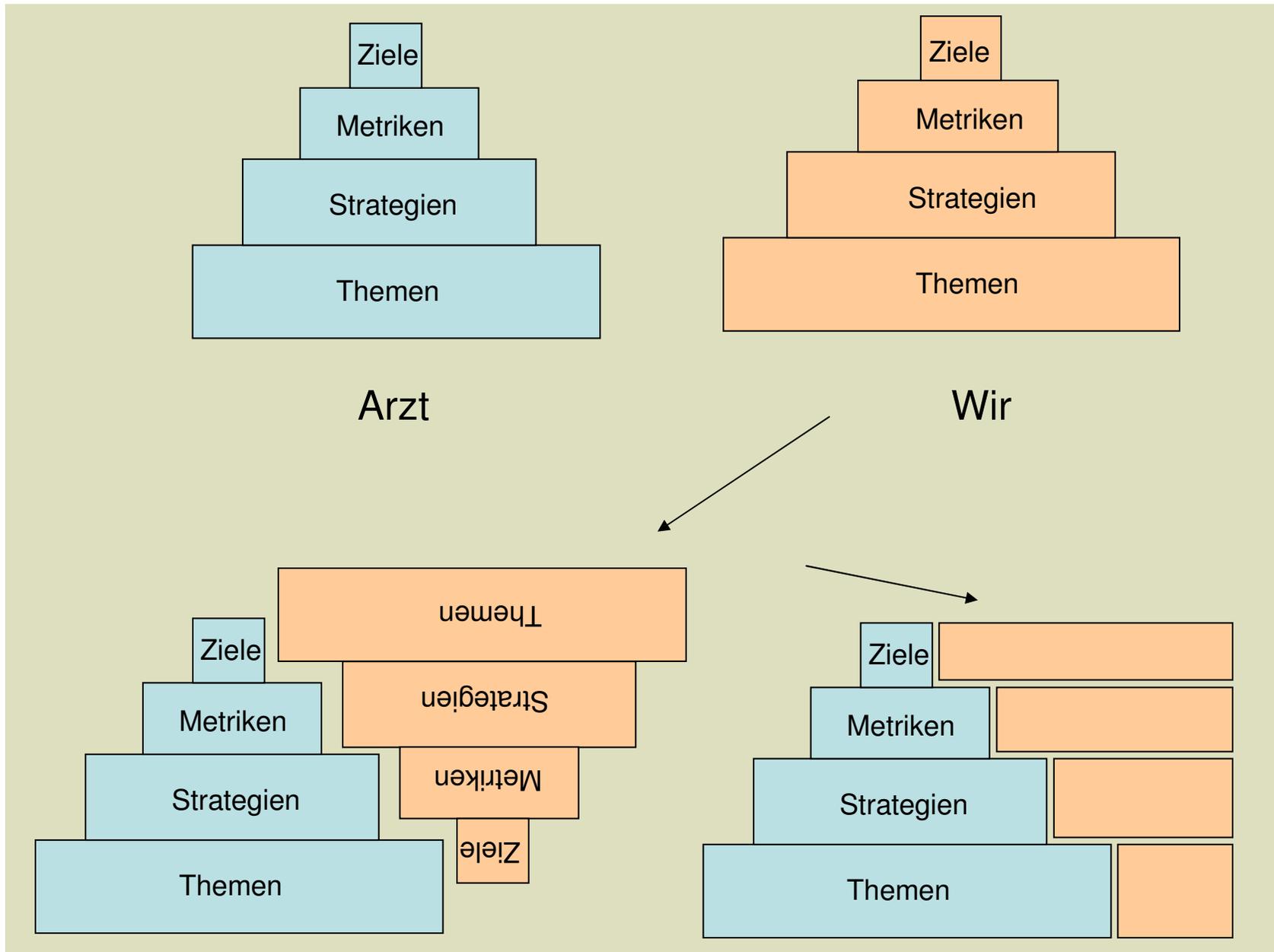


Abb. 31