

# Inhalt

<b>Customer Journey in der Markteinführungsphase</b> .....	<b>10</b>
von Frank Diemar	
<b>Der Köder muss nicht nur dem Fisch schmecken; Warum moderne Mitarbeiterführung ein Katalysator für Markenerfolg ist</b> .....	<b>40</b>
von Matthias Freitag	
<b>Die Customer Journey ist keine Kaffeefahrt</b> .....	<b>54</b>
von Dirk Engel	
<b>Dem Kundenerlebnis auf der Spur</b> .....	<b>64</b>
von Stefan Seng	
<b>Die Unternehmensstory als Kern der 360°-Kommunikation</b> .....	<b>78</b>
von Michael Geffken	
<b>Markentechnik von Hans Domizlaff im 21. Jahrhundert</b> .....	<b>82</b>
von Dr. Michael Cremer	
<b>Die Marke als Reiseführer durch die Customer Journey</b> .....	<b>94</b>
Podiumsdiskussion beim Mitteldeutschen Marketingforum	
<b>Mit den Augen des Kunden</b> .....	<b>108</b>
Interview zum Thema: „Was ist Marketing?“	
<b>Autoren</b> .....	<b>118</b>