

Kriterien für die Zukunftsfähigkeit von Marken

Die Werte im Überblick

VERTRAUEN, VERLÄSSLICHKEIT	92 %
KUNDENORIENTIERUNG	91 %
RELEVANZ	81 %
LEISTUNGSVERSPRECHEN	80 %
HALTUNG/LEITBILD	74 %
DIFFERENZIERUNG	71 %
TOP-QUALITÄT	66 %
EMOTIONALISIERUNG	61 %
FASZINATIONSKRAFT	61 %
DIALOGFÄHIGKEIT	56 %
INNOVATIONSFÄHIGKEIT	53 %
TRANSPARENZ	51 %
WERTEGEMEINSCHAFT	46 %
ADAPTIONSFÄHIGKEIT	41 %
UBIQUITÄT/VERFÜGBARKEIT	40 %
KONTINUIERLICHE VERÄNDERUNG	33 %
HERKUNFT	17 %
MARKENGRÖSSE	9 %

Top 3 aus persönlicher Sicht der Marken-Entscheider

VERTRAUEN, VERLÄSSLICHKEIT	1
RELEVANZ	2
DIFFERENZIERUNG	3
LEISTUNGSVERSPRECHEN	4
FASZINATIONSKRAFT	5
KUNDENORIENTIERUNG	6
EMOTIONALISIERUNG	7
TOP-QUALITÄT	8
INNOVATIONSFÄHIGKEIT	9
HALTUNG/LEITBILD	10
WERTEGEMEINSCHAFT	10
DIALOGFÄHIGKEIT	12
KONTINUIERLICHE VERÄNDERUNG	13
ADAPTIONSFÄHIGKEIT	14
TRANSPARENZ	15
UBIQUITÄT/VERFÜGBARKEIT	16
HERKUNFT	17
MARKENGRÖSSE	18

UNABDINGBAR WICHTIG NUR FÜR EINZELNE BRANCHEN