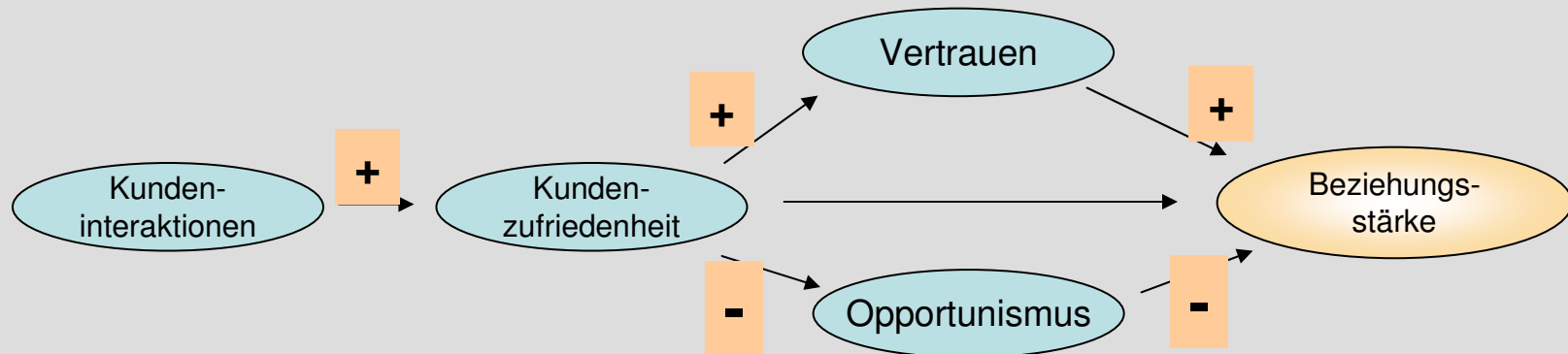


# Die neuen Regeln des Marketing

## 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

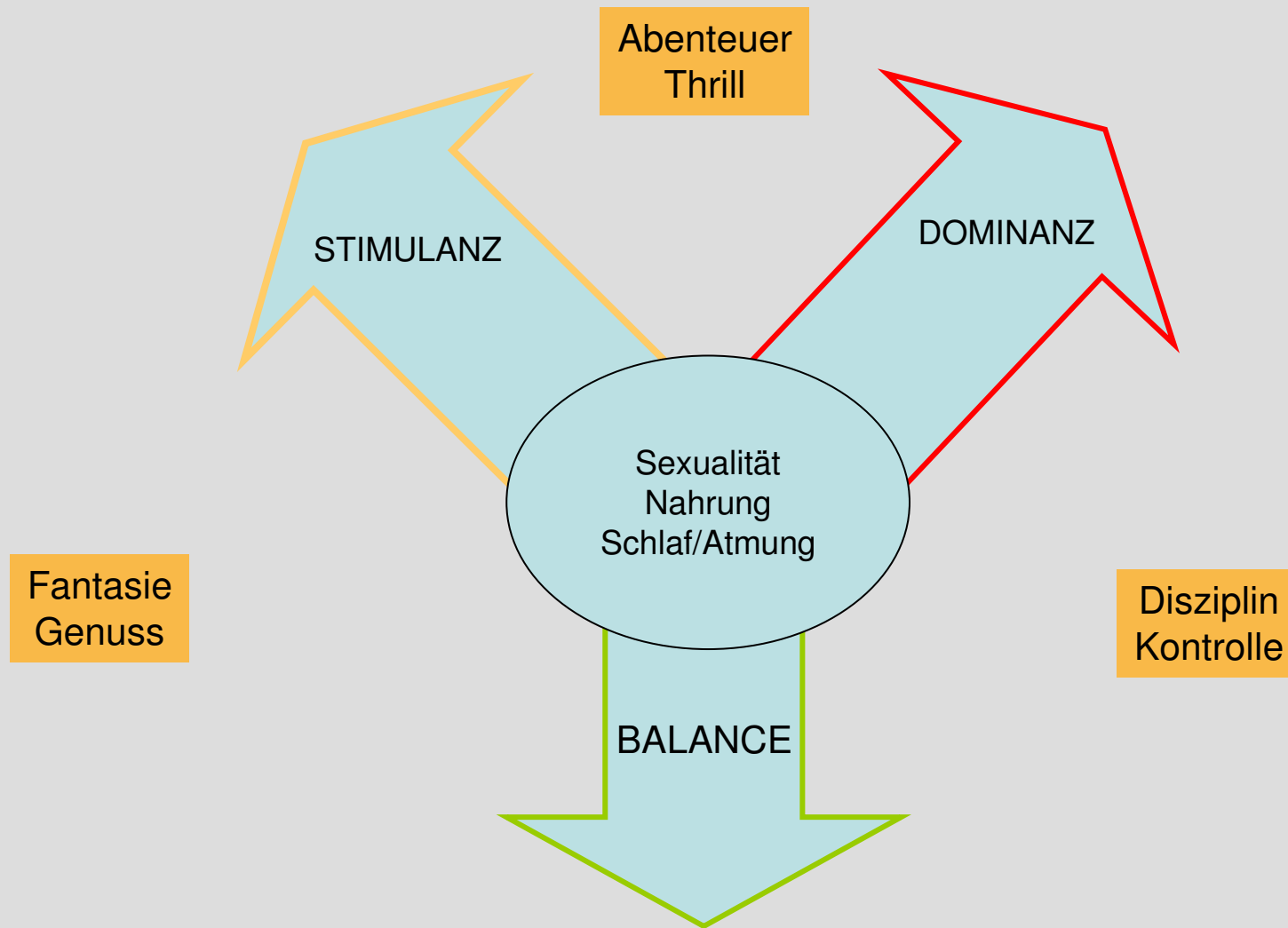


Abb. 29

# Wertkatalog

Zielsetzungen

Metriken

Strategien

Themen/Probleme

Abb. 30

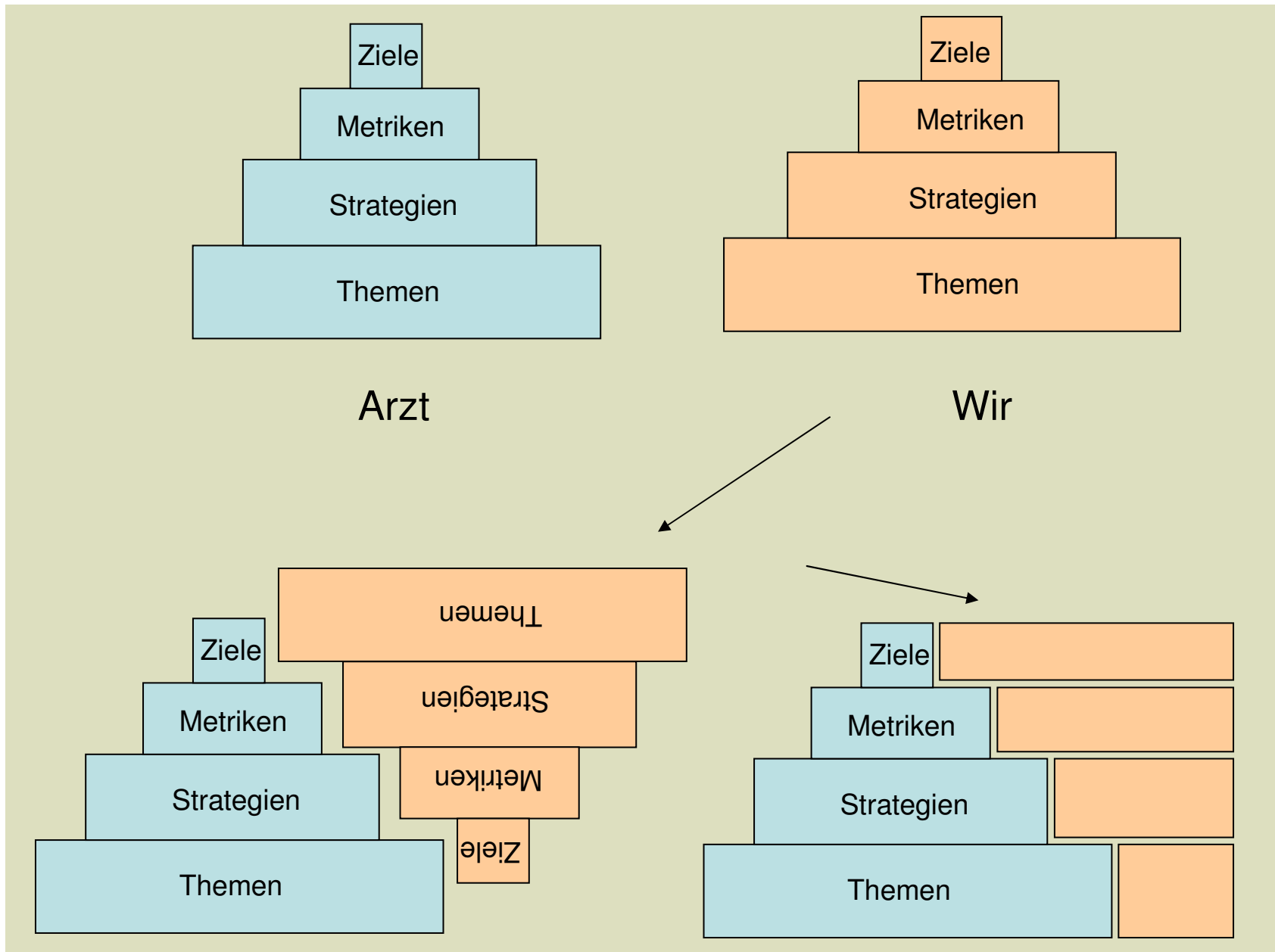


Abb. 31