

Brian Rieger/Frank Hannich (Hrsg.)

# **Erfolgsfaktor Emotionalisierung**

Wie Unternehmen die Herzen der Kunden gewinnen

HOCHSCHULE  
LIECHTENSTEIN

Bibliothek

2010

Schäffer-Poeschel Verlag Stuttgart

# Inhaltsverzeichnis

Geleitwort.....	V
Einleitung der Herausgeber.....	IX
Teil I: Emotionen - Konzepte und Modelle.....	I
<i>Philipp Scharfenberger/Torsten Tomczak/Sven Henkel</i>	
Emotionen aus Sicht der Kommunikation.....	3
<i>Hans-Georg Häusel</i>	
Think Limbic! Die Emotionsstrukturen im Gehirn für erfolgreiches Marketing nutzen.....	17
<i>Dominik Walcher</i>	
Emotionalisierung durch Mass Customization (MC).....	27
<i>Helena Neuhaus</i>	
Emotionale Intelligenz - Voraussetzung für erfolgreiche Kundenbeziehungen....	41
<i>Brian P. Rieger/Frank M. Hannich/Cornelia Sauer</i>	
Emotionalisierung des Kundenbeziehungsmanagements (CRM).....	57
Teil II: Best-Practice-Cases.....	71
<i>Hubertus Bessau/Max Wittrock</i>	
Fans statt Kunden - authentische Emotionalisierung bei mymuesli.....	73
<i>Michael Gyssler/Harald Schreiber</i>	
Mammut 2.0 - der Kunde als Markenbotschafter. CRM bei der Mammut Sports Group AG.....	87
<i>Sonja Landenberger</i>	
Das Gefühl Porsche. Die Emotionalisierung der Marke Porsche.....	103
<i>Judith Reidenbach/Philip Honegger/Reto Scheidegger</i>	
Eine Marke - ein Versprechen. Wie Werte und Emotionen die Nachhaltigkeit bei Zimtstern bestimmen.....	119
<i>Guido Müller</i>	
Vorhandene emotionale Potenziale erfolgreich nutzen - Kundenbindung und Produktmanagement bei Swisscard/American Express.....	133

<i>Matthias vonAllmen/Marc Birbaum</i> Der Traum einer grünen, friedlichen Welt - Storytelling im Fundraising von Greenpeace Schweiz.....	147
<i>Sara Meyer/Fabrizio Esposito</i> GfK EMO Sensor® - emotionale Werbewirkungsmessung der GfK Switzerland AG.....	161
<i>Andreas Behrens/Thomas Dorn</i> Emotionalisierung der Mitarbeitergewinnung - Employer Branding bei der Techniker Krankenkasse (TK).....	173
<i>Julia Fehrer/Roger Stieger</i> GENERALI-Markenbotschaften = GENERALI-Werte. Wie leben unsere Mitarbeiter, was unsere Marke verspricht?.....	189
<i>Nicole Dietiker/Andrea Schönholzer</i> Erfolgsfaktor Emotionalisierung der Kundenbindung - der Migros Baby Club. . .	207
<i>Renato Solomita/Kolja Wehleit</i> »Kinder brauchen mehr als einen Schutzengel« - emotionalisierte Kunden- gewinnung bei ProLife.....	223
<i>Michael Jacobs/Jan Boluminski</i> Leidenschaft für Schuhe - kundenrelevante Emotionalisierungsstrategien bei der Ludwig Görtz GmbH.....	245
<i>Mark Cieliebak/Daniel Krebsler</i> Social Media: Wissen, was Kunden wollen. Eine Netbreeze-Analyse.....	261
<i>Matthias Meyer</i> »It's a people business« - Wie intuitiv im Contact-Center Emotionen misst und steuert.....	279
Stichwortregister.....	297