

Internal Branding

Wie Sie mit Mitarbeitern die Marke stark machen

von

Prof. Dr. Franz-Rudolf Esch, Dr. Christian Knörle, Dr. Kristina Strödter

1. Auflage

Internal Branding – Esch / Knörle / Strödter

schnell und portofrei erhältlich bei beck-shop.de DIE FACHBUCHHANDLUNG

Thematische Gliederung:

Marketing, Handelsmanagement

Verlag Franz Vahlen München 2014

Verlag Franz Vahlen im Internet:

www.vahlen.de

ISBN 978 3 8006 4793 4

beck-shop.de

Stichwortverzeichnis

Symbole

3M 36, 43, 115

A

Anreizsystem 152

Apple 60

Arbeitgeberattraktivität 35

Audi 118

Austauschbarkeit 40

B

BASF 20, 51, 68, 81, 91, 122

Behavioral Branding 27

BMW 51, 100, 120

Bosch 123

BP 61

Brand Cockpit 170

Brand Engagement-Programm 72, 88

Brand Handbook 102

Brand-Person Fit 59

Brand Training 104

Brand Workshops 104

C

Call-Center 126

Caterpillar 122, 123

Change Management-Prozess 67

Citibank 141

Coca-Cola 42

Customer Brand Experience 67

Customer Experience 98, 164

Customer Touchpoints 8, 126

D

Dacia 44

Dell 91

Deutsche Post 10

DHL 24, 46, 53, 104, 108

DHL Express 155

Dialogbilder 115

E

Employer Branding 26, 32

Employer Branding-Prozess 37

Employer Brand Value Proposition 43

Empowerment 109

F

Faber-Castell 24

Facebook 48

Führungskräfte 82

G

Gamification 116

Gebäudearchitektur 93

Geschäftsführung 80

Google 93

Great place to work 65

H

Heidelberger Druckmaschinen 3

Hilti 7, 73, 86

Honeywell 10

HypoVereinsbank 112

I

IBM 60, 122

IKEA 42, 44, 61

Implementierungsplan 107

Informationsüberlastung 53

Instrumente der Internen Markenführung 113

Internal Brand Board 150

Internal Branding 27

Internal Brand Manager 150

Internal Brand Performance Measurement System 169

Interne Kommunikation 92

Interne Markenführung 27

Interne Markenkampagne 90

K

Kaskadenkommunikation 91

Kick-Off Veranstaltung 90

Kommunikation durch Kleidung 94

L

Lufthansa 63, 116

M

Marken 3
Markenakademie 99
Markenbild 18
Markenbotschafter 151
Markencommitment 162
Markenidentität 15
Markenkernwerte 22
Markenorientiertes Verhalten 27
Markenportale 103
Markenpositionierung 19
Markentonalität 17
McDonald's 46, 54
Mehrmarkenstrategie 132
Mercedes-Benz 100, 103
Mergers & Acquisitions 133
Mitarbeiter 86

N

Nike 51
Nintendo 119
Nokia 92

O

O2 95
Orange 137

P

Philips 112

R

ratiopharm 90
Reckitt Benckiser 62
Recruiting Touchpoints 47
Right Potentials 31
Ritz-Carlton 109
Robert Bosch GmbH 91

S

Schwäbisch Hall 100
Selbst-Selektion 59
Social Networks 50
Sony 83
Southwest Airlines 63
Still 124
Storytelling 114
Swisscom 128
symbolische Handlungen 85
Systeme und Prozesse 28

T

Targobank 142
Tuifly 11

V

Virgin 63
virtuelle Markenakademie 100
Vision 85
Volvo 124

W

Walmart 111
Wettbewerbsanalyse 40
Wow-Effekt 126
Würth 94

X

Xing 48

Z

Zurich 74