

Inhalt

Foreword by Al Ries	7
Persönliches Vorwort des Autors	11
Einleitung oder: Fokussiert in einer unfokussierten Welt	15
Kapitel 1: Fokus auf die Kategorie, nicht auf die Marke	19
Kapitel 2: Fokus auf die Wahrnehmung, nicht auf den Markt	33
Kapitel 3: Fokus auf den Wettbewerb, nicht auf die Kunden	45
Kapitel 4: Fokus auf die Community, nicht nur auf das Land	57
Kapitel 5: Fokus auf ein Wort, nicht auf das Wörterbuch	73
Kapitel 6: Fokus auf ein Bild, nicht auf die Bildergalerie	89
Kapitel 7: Fokus auf PR, nicht auf Werbung	107
Kapitel 8: Fokus auf Evolution, nicht Revolution	127
Kapitel 9: Fokus auf mehrere Marken, nicht auf den Markenkult	147
Kapitel 10: Fokus auf Refokussierung, nicht nur Repositionierung	167
Kapitel 11: Fokus auf die Gegenwart, nicht nur auf die Zukunft	181
Ausblick oder: Radikale Markenfokussierung und die Markenwelt der Zukunft	195