

Covid-19 schont niemanden, weder Marken noch Kommunikatoren

Wie kann Markenführung in Zeiten des »New Normal« aussehen? Wie lässt sich der bisherige Markenkern auch in der Krise nutzen und ausbauen? Und was sind erfolgversprechende Strategien, was Best Practices?

Antworten auf u.a. diese Fragen gibt der Beitrag unser beiden Geschäftsführer, Matthias Hüsgen und Armin Schlamp, in der brandneuen Ausgabe des FAZ-Fachmagazins »kommunikationsmanager«.

Hier kann die aktuelle Ausgabe erworben werden:
<https://lnkd.in/d2s5PdG>