
Měřítka zákaznické věrnosti

1. Cenová výhoda
2. Zákaznická spokojenost / věrnost

Měřítka vnímané kvality / vedoucího postavení

3. Vnímaná kvalita
4. Vedoucí postavení / popularita

Měřítka asociací / odlišnosti

5. Vnímaná hodnota
6. Osobnost značky
7. Asociace spojené s organizacemi

Měřítka znalosti značky

8. Znalost značky

Měřítka chování trhu

9. Podíl na trhu
10. Cena na trhu a distribuce

Obr. 10-6

Desatero hodnoty značky