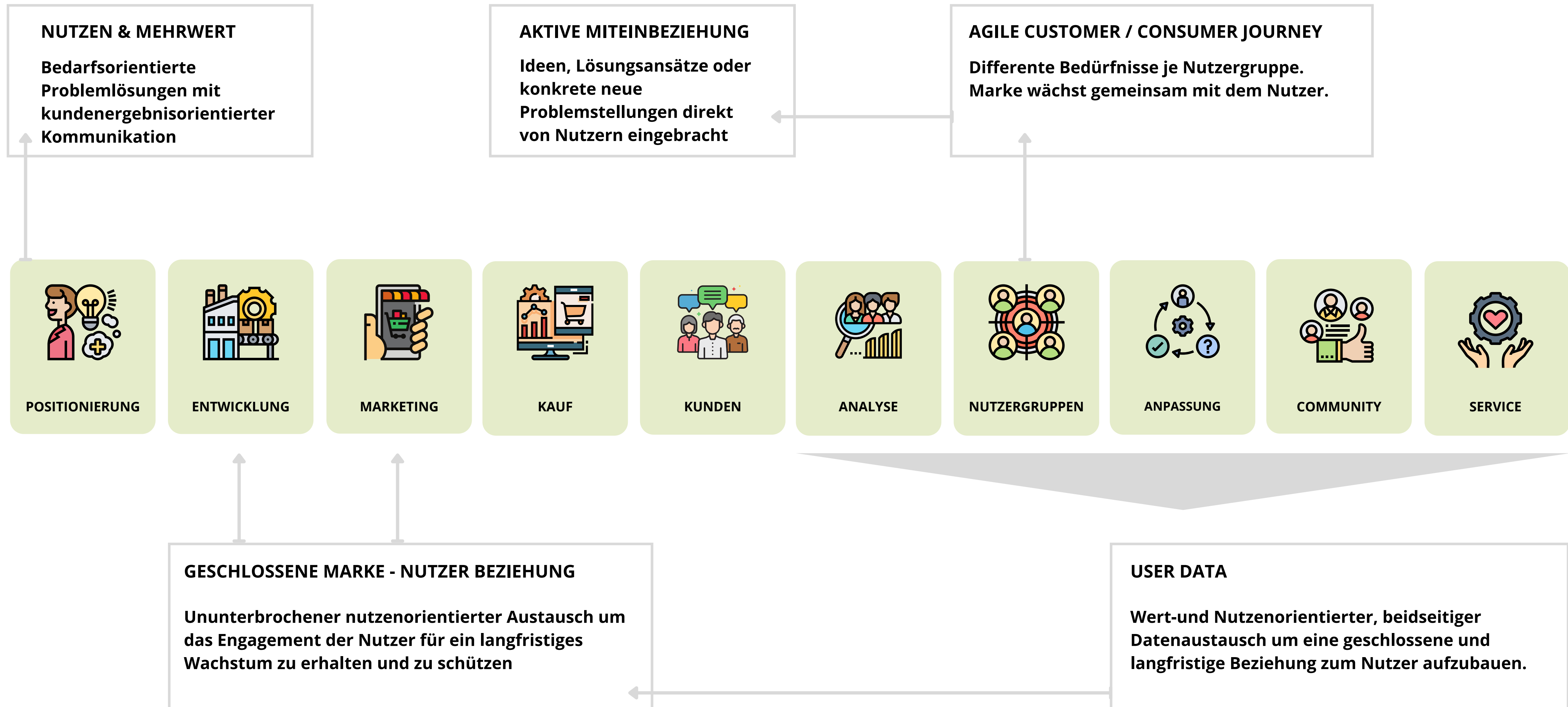
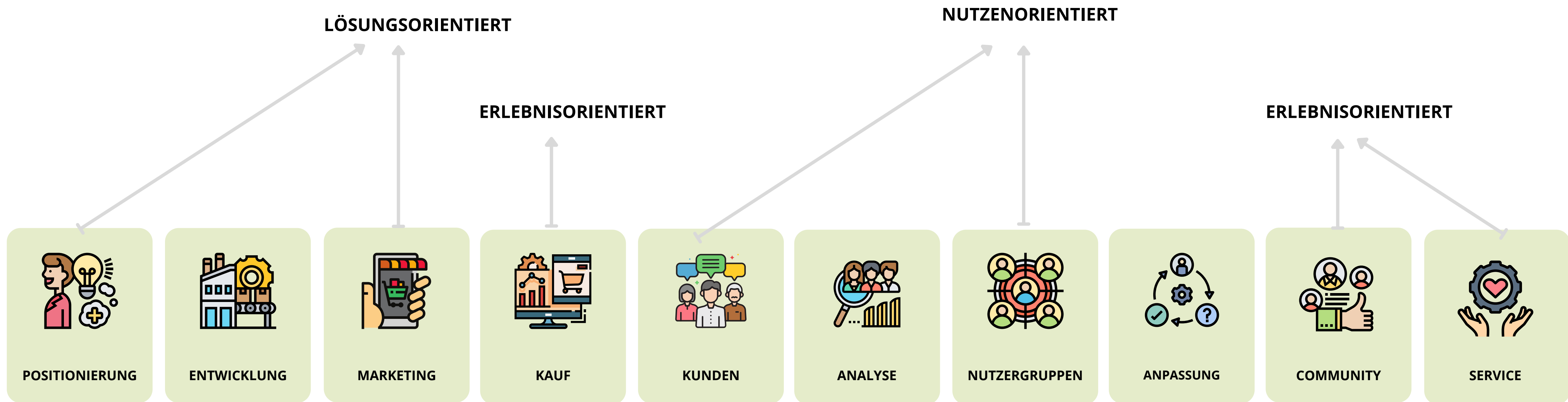


MARKEN DIGITAL ERLEBBAR MACHEN DURCH NUTZERFOKUSSIerte MARKENFÜHRUNG INNERHALB EINES DTU-GESCHÄFTSMODELLS



WAS ERLEBT DER NUTZER AN JEDEM MARKENKONTAKTPUNKT?



JE INTENSIVER DAS ERLEBNIS UMSO HÖHER DIE INTERAKTION UND DAS ENGAGEMENT UND DESTO FESTER DIE EMOTIONALE BINDUNG AN DIE MARKE.