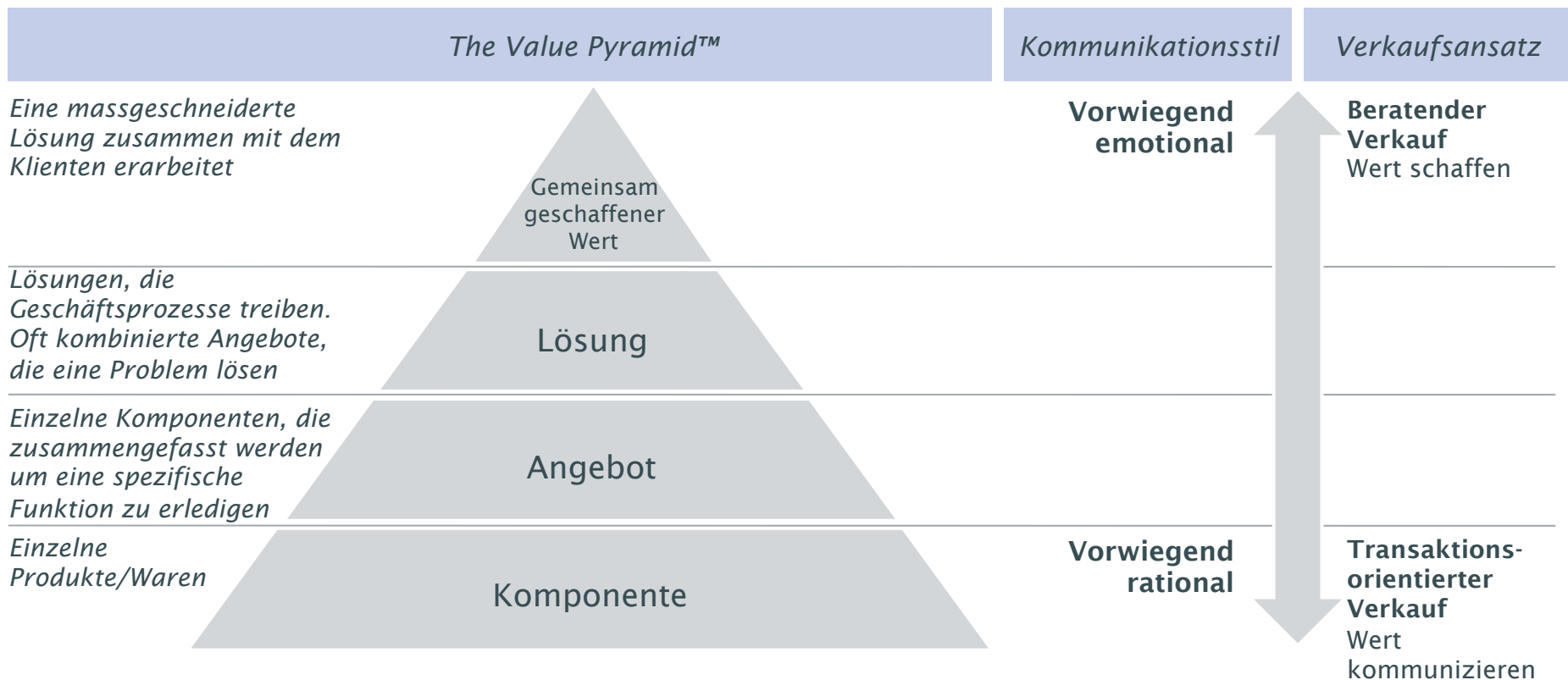


The Value Pyramid™ | Je nach Wert-Stufe unterscheidet sich die Wertschöpfung, die Kommunikation und der Verkaufsansatz



Je höher angesiedelt eine Firma auf der Wertpyramide ist, desto besser kann sie sich differenzieren und desto schwieriger ist die Leistung kopierbar.

Quelle: Barnes et al, Creating and Delivering Your Value Proposition – Managing Customer Experience for Profit, 2009