

Indhold

Derfor skovflåt-modellen	7
Danmarks (måske) farligste dyr – og en model	10
Løftebrud og skovflåt-modellen	15
Skovflåt-modellens fagudtryk	18
Omdømme er hård markedsvaluta	22
Troværdighed er en opfattelse	25
Når man måler på omdømme	31
Placering af omtale-flåterne	33
<i>Fase 1</i> Nøgleord: Lytte	37
<i>Fase 2</i> Nøgleord: Goodwill	49
<i>Fase 3</i> Nøgleord: Styre	63
<i>Fase 4</i> Nøgleord: Forklare	81
<i>Fase 5</i> Nøgleord: Passionsfortællinger	91
<i>Case 1:</i> Bjarne Riis, doping og cykelsporten	105
<i>Case 2:</i> Brian Holm og uterligheds-flåten	108
<i>Case 3:</i> Da slagteren tog hånd om sit omdømme	112
<i>Case 4:</i> Bødskovs troværdigheds-brøde	116
<i>Case 5:</i> Lars Løkke og fråseriet	121
<i>Case 6:</i> Sass Larsen, rocker-flåten og PET	127
<i>Case 7:</i> Jensen's Bøfhus og Jensens Fiskerestaurant	130
<i>Case 8:</i> Zoologisk Have og giraffen Marius	136
<i>Case 9:</i> Fagbevægelsen og medlemsflugten	140
<i>Case 10:</i> Tønder og det, vi alle tænker	145
Hvis du vil vide mere	150