

Die [Markentreue](#) lässt sich über verschiedenste Kennzahlen ermitteln. Eine davon ist der Guadagni-Little-Index. Diese Kennzahl wurde 1983 zur Ermittlung der Markentreue entwickelt, wobei die Markenwahl eines Käufers bei mehreren aufeinander folgenden Käufen zugrunde gelegt wird. Bei einem komplett markentreuen Kunden nimmt der Index den Wert 1 an, bei komplett markenuntreuen Kunden den Wert 0