

WordsValues **Kommunikationsmanager** Fragen und Anregungen für wirkungsvolle Kommunikation

WordsValues hilft Unternehmen in schwierigen Situationen

Sie möchten Ihren strategischen und unternehmenspolitischen Handlungsspielraum sichern? **WordsValues** zeigt Ihnen die richtigen Themen und die effizienteste Form der Umsetzung.

An der Schnittstelle zwischen Management und Stakeholdern arbeitet **WordsValues** für Ihren Unternehmenserfolg. Auch als Agentur oder Unternehmensberatung profitieren Sie von unserer strategischen Kompetenz und konzeptionellen Expertise.

Handlungs- spielräume



WordsValues unterstützt Ihre strategische Kompetenz. Wir helfen Ihnen, die Lufthöhe über relevante Themen zu sichern und das Vertrauen der Stakeholder zu bewahren.

Nachhaltiger Markterfolg



Aus Ideen überzeugende, umsetzungsstarke Konzepte zu formen, das kann den entscheidenden Wettbewerbsvorteil bringen. **WordsValues** unterstützt Sie dabei.

Reputations- management



WordsValues unterstützt Sie dabei, Ihr Reputationsmanagement nachhaltig zu professionalisieren.

Wirkungsvolle Kommunikation hilft Ihnen, glaubwürdig Ihre Unternehmensziele zu kommunizieren

Warum brauchen Sie ein wirkungsvolles Kommunikationsmanagement?

Veränderte Kommunikationsbedingungen und verschärfter Wettbewerb stellen Unternehmen vor neue Herausforderungen: Gesellschaftlicher Wandel, neue Kommunikationsformen und Konsummuster, Wandel von Medien und Öffentlichkeiten, veränderte Erwartungen und Werte von Kunden und Stakeholdern.

Zunehmende Komplexität von Themen und Zusammenhängen, das Tempo und die Intensität von Kommunikation sowie die Globalisierung stellen zusätzlich die Wirkung und Effizienz des Kommunikationsmanagements auf die Probe.

Es wird schwerer, Aufmerksamkeit für eigene Botschaften und Anliegen zu finden, sich als unverwechselbare Marke im Wettbewerb zu differenzieren, vertrauensvolle Stakeholderbeziehungen zu pflegen und Kommunikation zu steuern.

Wie trägt gute Kommunikation messbar zur Wertschöpfung bei?

Kommunikation und Marketing Ihres Unternehmens sind ein wertvolles Investment, das sich auszahlt. Der professionelle Marktauftritt, die glaubwürdige Unternehmensstory und die effiziente Vermittlung von Leistungsangeboten und Produktnutzen sind Grundlage Ihres Markt- und Unternehmenserfolgs.

Effizientes Kommunikationsmanagement unterstützt die Umsetzung Ihrer Unternehmensstrategie. Es stärkt die Positionierung und Profilierung im Markt.

Es sichert die Themen- und Deutungshoheit sowie den unternehmenspolitischen Handlungsspielraum, gerade in schwierigen Situationen.

Was zeichnet wirkungsvolles Kommunikationsmanagement aus?

- Wirkungsvolles Kommunikationsmanagement ist langfristig und strategisch geplant sowie auf die Unternehmensstrategie und die Stakeholdererwartungen ausgerichtet.
- Alle Maßnahmen wirken im Zusammenspiel.
- Effiziente Steuerung aller internen und externen Ressourcen sowie die kontinuierliche Messung der Wirkung sind Anspruch und Merkmal.
- Gute Kommunikation ist innovativ und bietet immer wieder neue Impulse für den substantziellen Dialog mit Kunden und Stakeholdern.
- Kommunikation und Marketing verstehen sich als Teil eines umfassenden Reputationsmanagements.

Kritische Reflexion Ihres Kommunikationsverhaltens ermöglicht Ihnen flexible Reaktionen

An welchen Grundsätzen sollten sich Kommunikationsmanager orientieren?

1. Nur glaubwürdige Kommunikation ist effizient und führt zu nachhaltigem Erfolg.
2. Kommunikation ist eine Führungsaufgabe, die das Engagement und das Commitment des Top-Managements erfordert. Sie braucht strategischen und operativen Handlungsspielraum (jeder Kommunikationsverantwortliche sollte ihn aktiv einfordern).
3. Wirkungsvolle Kommunikation basiert auf Werten (zum Beispiel denen, die der Ehrbare Kaufmann verkörpert) und auf Professionalität.

Nehmen Sie sich Zeit für die Reflexion Ihrer Ziele, Konzepte und Maßnahmen!

Beobachten Sie aufmerksam veränderte Umfeldbedingungen und Stakeholdererwartungen. Spüren Sie Themenentwicklungen und Trends auf und reagieren Sie frühzeitig.

Analysieren Sie kritisch, ob und wie die umgesetzten Kommunikations- und Marketingmaßnahmen die gesteckten Ziele auch erreichen. Prüfen Sie die Effizienz des Ressourceneinsatzes und den Wertbeitrag für das Unternehmen.

Wie können Sie das Kommunikationsprofil weiter schärfen und dadurch den Markterfolg Ihres Unternehmens erhöhen?

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionsfelder des Kommunikationsmanagements (I)

Gesamtbild und Stimmigkeit des Kommunikationsauftritts

Konsistenz und Glaubwürdigkeit von Management und Kommunikation: das schafft Vertrauen.

Nur ein intern und extern einheitlicher Auftritt vermittelt die Kompetenz und Leistungsstärke Ihres Unternehmens.

Aber wissen Sie eigentlich, wie Kunden, Partner oder die Medien Ihr Unternehmen und Ihre Mitarbeiter wahrnehmen? Wissen Sie, wie man Sie einschätzt? Welche Strategien und Maßnahmen machen Ihren Auftritt erfolgreich? Welche Chancen sind noch ungenutzt? Welche Risiken nicht im Blick? Welche Reputationstreiber prägen Ihr Profil und schaffen Alleinstellung? Gibt es Widersprüche im Auftritt? Stimmen Worte und Taten überein?

Mögliche Szenarien. Akteure, Multiplikatoren und ihre Rollen

Grundlage professioneller Kommunikation ist die realistische Einschätzung von Szenarien und möglichen Entwicklungen. Dazu müssen nicht nur Ihre Kunden, sondern alle Akteure und deren Interessen im Unternehmens- und Marktumfeld gut kennen.

Beobachten Sie genau, wer wie agieren und reagieren könnte und welche Konsequenzen das für Ihre Kommunikation möglicherweise hat. Dann können Sie die Erwartungen der Zielgruppen übererfüllen und mit den richtigen Strategien und Maßnahmen ihr Profil nachhaltig schärfen. Spürsinn und sicheres Einschätzungsvermögen sind gefragt.

Angestrebte Positionierung im Wettbewerb, Kommunikationsziele und Kommunikationsstrategien

Kommunikationsmanager sind Strategen mit gutem Gespür für Profilierungsmöglichkeiten.

Wie können Sie Ihre Positionierung im Wettbewerb verbessern und neue Chancen für den Markterfolg nutzen? Was könnte Ihre Handlungsspielräume erweitern oder einengen? Können Sie Ihre definierte Positionierung in allen Unternehmensbereichen umsatzsteigernd umsetzen? Unterstützen Kommunikation und Marketing die unternehmensstrategischen Ziele?

Nicht nur die Umsetzungskompetenz, sondern auch die richtige strategische Ausrichtung aller Kommunikations- und Marketingmaßnahmen (auf solider konzeptioneller Grundlage) entscheidet über den Erfolg.

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionsfelder des Kommunikationsmanagements (2)

Unternehmensmarke: Markenwerte und Unternehmenswerte, Markenarchitektur.

Was ist Ihre Value Proposition? Welchen Nutzen und welches Leistungsversprechen erwarten Ihre Kunden?

Jede Marke stellt ein unverwechselbares Leistungs- und Nutzenversprechen dar. Nur wenn Kunden den Mehrwert Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote spüren, werden Sie sich am Markt durchsetzen. Je effizienter Sie dies vermitteln, desto besser.

Markenkern, Markenwerte und Markenkommunikation müssen stimmig und attraktiv sein.

Themen und Botschaften

Gutes Themenmanagement ist das Rückgrat Ihrer Unternehmenskommunikation. Es bedeutet eine strategische, operative und organisatorische Herausforderung.

Haben Sie die unternehmensrelevanten Themen im Blick? Sind sie in allen Themenfeldern fit? Reagieren Sie rasch auf Anfragen und Trends? Sichern Sie sich mit interessanten Impulsen und Botschaften die Kommunikationshoheit? Wissen Sie, wie man Themen systematisch entwickelt und frühzeitig auf die Agenda der Stakeholder setzt? Kommunizieren Sie intern und extern einheitliche Botschaften und Positionen?

Reputationstreiber, Reputationspotenziale, Innovationspotenziale

Welche Reputationstreiber sichern Ihren guten Ruf und die Akzeptanz Ihres Unternehmens - nachhaltig, stark und effizient?

Haben Sie Profilierungschancen, aber auch mögliche Reputationsrisiken im Blick (und sich darauf vorbereitet?) Erschließen Sie systematisch Reputationspotenziale für Ihr Unternehmen, zum Beispiel durch Innovationen oder Corporate Social Responsibility (CSR)?

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionsfelder des Kommunikationsmanagements (3)

Stakeholderbeziehungen, Relationshipmanagement

Kennen Sie die Regeln des effizienten Beziehungsmarketings?

Wissen Sie, wie Sie langfristig partnerschaftliche und verlässliche Beziehungen zu Kunden und Stakeholdern entwickeln und daraus Markterfolge ableiten? Was macht Sie interessant und schafft Nähe zum Kunden? Wie vermitteln Sie spürbar die Werte und den Nutzen Ihres Unternehmens, um Vertrauen aufzubauen?

Umsetzungsqualität der PR- und Kommunikationsmaßnahmen: Einzelziele, Zielerreichung, strategische Ausrichtung, Taktik, integriertes Zusammenspiel

Überprüfen Sie regelmäßig die Exzellenz und Effizienz Ihrer PR- und Marketingmaßnahmen? Erreichen Sie die angestrebten Ziele? Ergänzen sich alle Aktivitäten im Zusammenspiel oder gibt es Widersprüche? Sind Strategien und Taktiken der Umsetzung aufeinander abgestimmt?

Stil und Einheitlichkeit des Kommunikationsauftritts

Inhalt und Stil der Unternehmenskommunikation entscheiden gleichermaßen über Akzeptanz und Erfolg im Wettbewerb.

Ein unverwechselbarer Stil – konsequent und glaubwürdig umgesetzt – unterstreicht die Unternehmenspersönlichkeit und stellt Profilmerkmale heraus. Wie bewerten Ihre Zielgruppen Stil und Inhalte Ihrer Kommunikation? Was können Sie verbessern? Können Sie Einheitlichkeit und Passgenauigkeit Ihres Auftritts sicherstellen?

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionsfelder des Kommunikationsmanagements (4)

Unternehmenskultur und Corporate Behaviour, Identity Management

Unternehmerischer Erfolg ist das Spiegelbild einer starken, wertorientierten Unternehmenskultur. Sie ist Messlatte für Orientierung und Impuls für die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter.

Verantwortung und Vertrauen, Transparenz, Offenheit und engagierte Kommunikation nach innen und außen sind ihre wesentliche Elemente. Diese Faktoren sicherzustellen, ist eine Aufgabe des Top-Managements.

Kommunikation und Verhalten in schwierigen Situationen, z.B. Krisen oder Change

Können Sie Ihr Unternehmen in Krisen sicher navigieren?

Behalten Sie bei Veränderungsprozessen die Lufthöhe über unternehmensrelevante Themen? Welche Akteure im Unternehmen unterstützen den Wandel in besonderer Weise? Wie erklären und begründen Sie kritischen Stakeholdern, was passiert? Kommunikation und Management erfordern dann eine subtile Dramaturgie und hohe Aufmerksamkeit. Nutzen Sie Krisen und Change auch zur positiven Profilierung!

CEO-Kommunikation

Anforderungen und Erwartungen an CEOs haben sich grundlegend gewandelt.

Neben der Managementkompetenz sind heute auch Exzellenz und Sicherheit in der (internen und externen) Kommunikation ausschlaggebend für den Unternehmenserfolg. Die Stärke der Unternehmensmarke hängt wesentlich von der Glaubwürdigkeit des CEO und seiner Agenda ab. Welche Strategien die CEO-Kommunikation stärken und welche Risiken bestehen, muss permanent geprüft werden.

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionfelder des Kommunikationsmanagements (5)

Entwicklung und Verbesserung effizienter Kommunikationsinfrastrukturen: budgetäre und personelle Ressourcen, Aufgaben und Prozessabläufe

Nur effiziente Kommunikation und wirksames Marketing tragen zum Unternehmenserfolg bei.

Gewährleisten die Planungs- und Abstimmungsprozesse einen professionellen, einheitlichen Auftritt? Sind Kompetenzen und Ressourcen richtig verteilt? Haben Sie die richtigen Dienstleister? Sind die Budgetmittel angemessen (zu hoch/zuniedrig?) angesetzt? Ist die Infrastruktur auch auf die Anforderungen eines international leistungsfähigen Marktauftritts ausgerichtet? Schaffen Management und Infrastruktur der Unternehmenskommunikation Raum für innovative Konzepte und Lösungen?

Kommunikationscontrolling, Monitoring, Erwartungsmanagement

Wirkungsvolle Kommunikation ist steuerbar und messbar.

Nutzen Sie die bereits gut entwickelten Prinzipien und Tools des Kommunikationscontrolling. Überprüfen und dokumentieren Sie die Wirkung und den Wertbeitrag Ihres Kommunikationsmanagements sowie der umgesetzten Maßnahmen. Die gute Steuerung von Kommunikation und Marketing setzt die genaue Kenntnis und Berücksichtigung von Erwartungen und Interessen der Stakeholder voraus – intern wie extern.

Stakeholdererwartungen ändern sich kontinuierlich und sind oft widersprüchlich. Dies gilt es, aufmerksam durch Monitoring zu verfolgen, um Strategien und Maßnahmen darauf abzustimmen.

Auf dem Monitor des Kommunikationsmanagers: Aktionsfelder des Kommunikationsmanagements (6)

Agentursteuerung, erfolgreiche Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, Briefing-Kompetenz

Die Komplexität von Zusammenhängen und Interessen erfordert im modernen Kommunikations- und Marketingmanagement eine spezielle Briefing-Kompetenz, um in Partnerschaft mit Agenturen oder freien Beratern zum Kommunikationserfolg zu gelangen. Diese Kompetenz sollte im Unternehmen systematisch aufgebaut und verfeinert werden. Hier zeigen Unternehmen oftmals große Defizite.

Präzise formulierte, durchdachte Briefings sind die Grundlage für den erfolgreichen und somit effizienten Einsatz externer Ressourcen.

Pitchorganisation

Wann ist die Durchführung eines Agenturpitches überhaupt sinnvoll? Wie findet man passende Pitchteilnehmer? Was ist bei der Organisation zu berücksichtigen? Welche Bewertungskriterien sollen angelegt werden? Wie verhält man sich, um für alle Seiten akzeptable Bedingungen zu gewährleisten und aussagekräftige Pitchergebnisse zu bekommen? Welche Interessen können die Erkenntnisse beeinflussen?

Die faire und professionelle Pitchorganisation ist Zeichen eines guten Kommunikationsmanagements und Unternehmensstils.

Kontakt

Sie wünschen weitere Impulse oder konkrete Unterstützung für
Ihr Kommunikations- und Marketingmanagement?
Dann freuen wir uns auf das Gespräch mit Ihnen!

WordsValues Griepentrog Unternehmenskommunikation

Phone: +49 21 74 / 78 37 58

Fax: +49 21 74 / 78 37 59

mobile: +49 177 / 82 37 581

info@wordvalues.de

www.wordvalues.de