

Dimensionen des Wordvalues Kommunikationsmanagements

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



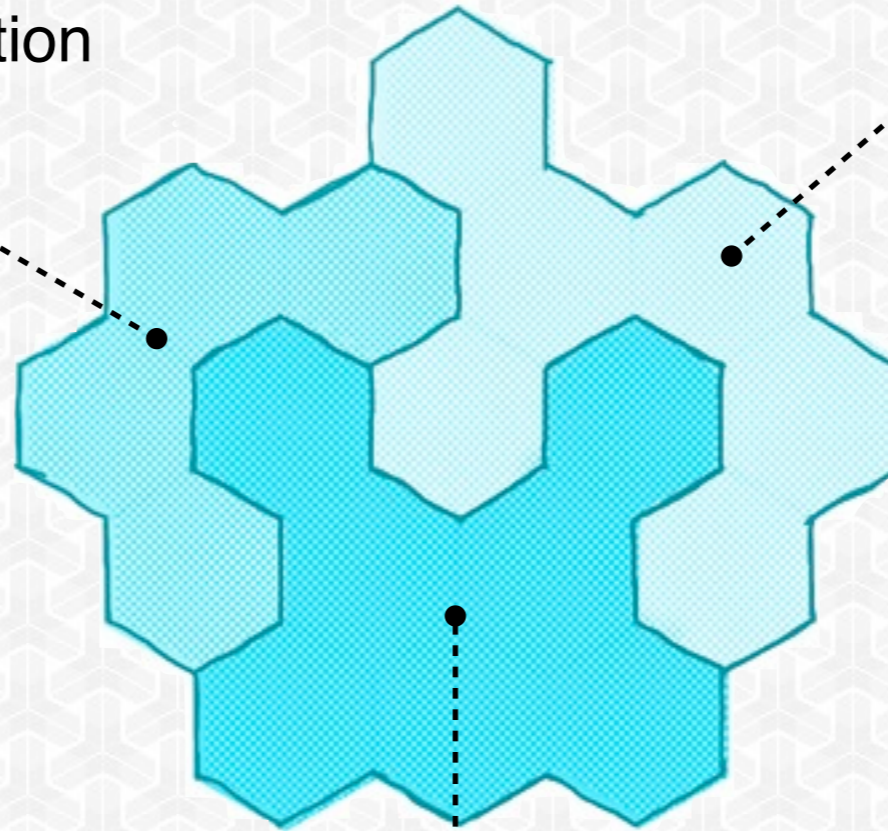
WordsValues unterstützt Sie dabei, Ihr Reputationsmanagement nachhaltig zu professionalisieren.

Dimensionen des WordsValues-Kommunikationsmanagements

WordsValues hilft Unternehmen in drei Dimensionen zu einem **nachhaltigen Kommunikationsmanagement**.

III Organisation von Kommunikation

II Kommunikationsverhalten



I Kommunikationsprofil

Ihr Kommunikationsprofil beeinflusst die Glaubwürdigkeit und Reputation Ihres Unternehmens

Gesamtbild und Stimmigkeit des Kommunikationsauftritts

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

Szenarien, Akteure, Rollen

Grundlage professioneller Kommunikation ist die realistische Einschätzung von Szenarien und möglichen Entwicklungen. Sie müssen nicht nur Ihre Kunden, sondern alle Akteure und deren Interessen im Unternehmens- und Marktumfeld gut kennen. Dann können Sie Erwartungen übererfüllen und mit den richtigen Strategien und Maßnahmen ihr Profil nachhaltig schärfen.

Positionierung im Wettbewerb, Ziele und Strategien

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

Botschaften und Themen

Sind sie in allen unternehmensrelevanten Themenfeldern fit? Sichern Sie sich mit interessanten Impulsen und glaubwürdigen Botschaften die Kommunikationshoheit? Wissen Sie, wie man Themen systematisch entwickelt und auf die Agenda der Stakeholder setzt?

Unternehmensmarke: Leistungsversprechen, Kundennutzen, Kundenerwartungen, Marken- und Unternehmenswerte, Markenarchitektur

Jede Marke stellt ein unverwechselbares Leistungs- und Nutzenversprechen dar. Es beschreibt den Wert des Unternehmens für die Kunden und die Gesellschaft (Value Proposition). Markenkern, Markenwerte und die Markenkommunikation müssen stimmig und attraktiv sein. Nur wenn Kunden den spürbaren Mehrwert Ihres Unternehmens und Ihrer Angebote erkennen, werden Sie sich am Markt durchsetzen. Je effizienter Sie dies vermitteln, desto besser.

Stakeholderbeziehungen, Relationshipmanagement

Kennen Sie die Regeln des effizienten Beziehungsmarketing? Wissen Sie, wie Sie langfristig partnerschaftliche 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?

Reputationstreiber, Reputationspotenziale, Innovationspotenziale

Welche Reputationstreiber sichern Ihren guten Ruf und die Akzeptanz Ihres Unternehmens - nachhaltig, stark und effizient? Haben Sie Profilierungschancen, aber auch mögliche Risiken im Blick? Erschließen Sie systematisch Reputationspotenziale für Ihr Unternehmen, zum Beispiel durch Innovationen oder Corporate Social Responsibility (CSR)



Ihr Kommunikationsverhalten beeinflusst die Reputation und Beweglichkeit am Markt nachhaltig

Umsetzungsqualität und Nutzen der PR- und Kommunikationsmaßnahmen: Einzelziele und 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?

Themenmanagement

Haben Sie die relevanten Themen im Blick? Ist sichergestellt, dass Sie rasch und professionell auf Anfragen und neue Themen reagieren? Wissen Sie frühzeitig, was Ihre Zielgruppen bewegt? Können Sie auch komplexe Themenfelder systematisch und strategisch entwickeln? Die richtigen Themen zu belegen, macht Ihr Unternehmen interessant. Gutes Themenmanagement bedeutet eine strategische, operative und organisatorische Herausforderung.

Unternehmenskultur und Corporate Behaviour, Identity Management

Unternehmerischer Erfolg basiert auf einer konsequent umgesetzten, wertorientierten Unternehmenskultur. Sie schafft Orientierung und stärkt dadurch die Leistungsfähigkeit der Mitarbeiter. Verantwortung und Vertrauen, Transparenz, Offenheit und engagierte Kommunikation nach innen und außen sind wesentliche Elemente einer starken Unternehmenskultur. Diese Faktoren sicherzustellen, ist eine Aufgabe des Top-Managements.

Inhalte, Stil, Konsistenz der 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 Profilmomente heraus. Wie bewerten Ihre Zielgruppen Stil und Inhalte Ihrer Kommunikation? Was können Sie verbessern? Können Sie Einheitlichkeit und Passgenauigkeit Ihres Auftritts sicherstellen?

CEO Kommunikation

Anforderungen und Erwartungen an CEOs haben sich grundlegend gewandelt. Neben der Managementkompetenz sind heute auch Exzellenz und Sicherheit in der 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.

Kommunikationsverhalten in schwierigen Situationen wie Krisen oder Change

Können Sie Ihr Unternehmen in Krisen sicher navigieren? Behalten Sie bei Veränderungsprozessen die Lufthoheit 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 hier eine subtile Dramaturgie und hohe Aufmerksamkeit. Nutzen Sie Krisen und Change auch zur positiven Profilierung!



Die effiziente Steuerung Ihrer Unternehmenskommunikation schafft Konsistenz und Vertrauen

Steuerung der Kommunikation, Monitoring, Erwartungsmanagement

Wirkungsvolle Kommunikation setzt die genaue Kenntnis und Berücksichtigung von Erwartungen und Interessen der Stakeholder voraus – intern wie extern. Stakeholdererwartungen ändern sich kontinuierlich und sind oft widersprüchlich. Es gilt, dies aufmerksam zu verfolgen und Themen sowie Botschaften in Abstimmung mit der Kommunikations- und Unternehmensstrategie zu steuern.

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

Sind Kompetenzen und Ressourcen richtig verteilt? Sind die Budgetmittel angemessen oder zu hoch/zuniedrig angesetzt? Ist die Infrastruktur auch auf die Anforderungen des internationalen Marktauftritts ausgerichtet? Schafft sie Raum für innovative Konzepte und Lösungen? Gewährleisten die Planungs- und Abstimmungsprozesse einen professionellen, einheitlichen Auftritt?



Agentursteuerung, erfolgreiche Zusammenarbeit mit externen Dienstleistern, Briefings

Die Komplexität von Zusammenhängen und Interessen erfordert heute ein spezielle Briefingkompetenz, um in Partnerschaft mit Agenturen oder freien Beratern zum Kommunikationserfolg zu gelangen. Diese Kompetenz sollte im Unternehmen systematisch aufgebaut werden. Präzise formulierte, durchdachte Briefings sind die Grundlage für den 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.

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