

An Ihren Antworten zu den fünf Handlungsfeldern der digitalen Transformation* messen wir die digitale Reife Ihres Unternehmens und schliessen daraus auf das Profil der Unternehmenskommunikation entlang der Stakeholder Journey. Wir nehmen an, je höher die Punktzahl, desto digitaler sind auch die Mittel der Kommunikation.

*Operation Mastery; Leadership Mastery; Talent Mastery; Relationship Mastery; Information Mastery (idc.de)

Typen der Unternehmenskommunikation



Die erfolgreichste Art der Kommunikation Ihres Unternehmens ist der persönliche Kontakt zu Ihren Stakeholdern.



Ihr Unternehmen pflegt die Marke nach allen Regeln der Kunst. Die Kommunikation zielt darauf ab, Identität zu stiften und Werte zu vermitteln.



Ihr Unternehmen weiss Nutzenargumente wie Innovation oder Preis über alle Kanäle hinweg gekonnt zu platzieren.



Mit allgegenwärtiger Online-Präsenz und ununterbrochener Verfügbarkeit zieht Ihr Unternehmen die Stakeholder an.

Etappen der Stakeholder Journey

Bekanntheit

durch persönlichen Kontakt, Word-to-Mouth, Medienarbeit, langen Record in der Kommunikation mit Stakeholdern (alteingesessen)

durch Push-Massnahmen, vorwiegend Einsatz klassischer Medien (Print, Mailing, TV)

durch Push-Massnahmen, Präsenz auf relevanten Online-Kanälen

dank Pull-Effekt, allgegenwärtiger Online-Präsenz

Recherche

durch Pflege des guten Rufes, der Images

durch Pflege der Marke und dank Brand Communications

über Media Relations, Werbung

über Pflege der Web Communities (Bewertungen)

Entscheidung

Kommunikation zielt auf Beziehungsebene, Vertrauen, Fokus auf Produkt- und Service-Design

durch Förderung der Kompetenzvermutung, Kommunikation von Nutzen und Wert

Kommunikation zielt auf einfache Nutzenargumente, wie Innovation oder Preis

dank hoher Verfügbarkeit und durchgehend digitalisierten Prozessen

Engagement

durch persönliche Nachbetreuung, After Sales

mit Hilfe von Markenbotschaftern, Identitätsstiftender Kommunikation

Veröffentlichung von Testimonials

Convenience und Zuverlässigkeit

Loyalität & Empfehlung

durch hochgradige Konstanz der Beziehung zu Stakeholdern, Besuche und Events

Pflege der Brand Community, Stakeholder Management, Fokus auf die Verbesserung des „net promoter score“

Engagement auf Social Media

Engagement auf Social Media, Datamining

Publishing-Profil

Print (Kunden-/Mitarbeitermagazin) personalisierte Mailings

Print, Kataloge/Magazine, Corporate Website Social Media Profil Werbung

e-Newsletter (CRM), Online-Magazine, Intranet Social Media Kampagnen CRM, Leadmanagement

Collaboration Plattformen, individualisierte Online-Kommunikation, Social Media Strategie, KI, Chatbot

Sie erkennen Ihr Unternehmen in keinem der vier Typen wieder? Oder Ihr Unternehmen trägt einzelne Merkmale aller vier Typen? Das verstehen wir gut: «One size doesn't fit all» gilt auch in der Unternehmenskommunikation. Gerne modellieren wir zusammen mit Ihnen zusammen das perfekte Profil.

Natural Handshaker

Die erfolgreichste Art der Kommunikation Ihres Unternehmens ist der persönliche Kontakt zu Ihren Stakeholdern.



Bekanntheit: durch persönlichen Kontakt, Word-to-Mouth, Medienarbeit, langen Record in der Kommunikation mit Stakeholdern (alteingesessen)

Recherche: durch Pflege des guten Rufs, der Images

Bekanntheit

Recherche

Das Profil der Kommunikation von Natural Handshaker entlang der Stakeholder Journey

Entscheidung

Entscheidung: Kommunikation zielt auf Beziehungsebene, Vertrauen, Fokus auf Produkt- und Service-Design

Publishing-Profil

Print (Kunden-/Mitarbeitermagazin), personalisierte Mailings

Loyalität

Engagement

Loyalität: durch hochgradige Konstanz der Beziehung zu Stakeholdern, Besuche und Events

Engagement: durch persönliche Nachbetreuung, After Sales

Brand Promoter

Ihr Unternehmen pflegt die Marke nach allen Regeln der Kunst. Die Kommunikation zielt darauf ab, Identität zu stiften und Werte zu vermitteln.



Bekanntheit: durch Push-Massnahmen, vorwiegend Einsatz klassischer Medien (Print, Mailing, TV)

Recherche: durch Pflege der Marke und dank Brand Communications



Entscheidung: durch Förderung der Kompetenzvermutung, Kommunikation von Nutzen und Wert

Publishing-Profil

Print, Kataloge/Magazine,
Corporate Website
Social Media Profil
Werbung

Loyalität: Pflege der Brand Community, Stakeholder Management, Fokus auf die Verbesserung des „net promoter score“

Engagement: mit Hilfe von Markenbotschaftern, Identitätsstiftender Kommunikation

Interactive Connector

Ihr Unternehmen weiss Nutzenargumente wie Innovation oder Preis über alle Kanäle hinweg gekonnt zu platzieren.



Bekanntheit: durch Push-Massnahmen, Präsenz auf relevanten Online-Kanälen

Recherche: über Media Relations, Werbung

Bekanntheit

Recherche

Das Profil der Kommunikation von Interactive Connector entlang der Stakeholder Journey

Entscheidung

Entscheidung: Kommunikation zielt auf einfache Nutzenargumente, wie Innovation oder Preis

Publishing-Profil

e-Newsletter (CRM),
Online-Magazine, Intranet
Social Media Kampagnen
CRM, Leadmanagement

Loyalität

Engagement

Loyalität: Engagement auf Social Media

Engagement: Veröffentlichung von Testimonials

Data Driver

Mit allgegenwärtiger Online-Präsenz und ununterbrochener Verfügbarkeit zieht Ihr Unternehmen die Stakeholder an.



Bekanntheit: dank Pull-Effekt, allgegenwärtiger Online-Präsenz

Recherche: über Pflege der Web Communities (Bewertungen)

Bekanntheit

Recherche

Das Profil der Kommunikation von Data Driver entlang der Stakeholder Journey

Entscheidung

Entscheidung: dank hoher Verfügbarkeit und durchgehend digitalisierten Prozessen

Loyalität

Engagement

Loyalität: Engagement auf Social Media, Datamining

Engagement: Convenience und Zuverlässigkeit

Publishing-Profil

Collaboration Plattformen, individualisierte Online-Kommunikation
Social Media Strategie, KI, Chatbot