

INHALTSVERZEICHNIS FÜR EIN INTEGRIERTES KOMMUNIKATIONSKONZEPT

1. Ausgangslage

2. SWOT-Analyse

2.1. Interne Analyse (SW)

- 2.1.1. Unternehmen allgemein
- 2.1.2. Vision und Mission
- 2.1.3. Unternehmensstrategie(n)
- 2.1.4. Tätigkeitsbereiche
- 2.1.5. Organisationsstrukturen
 - 2.1.5.1. Aufbauorganisation
 - 2.1.5.2. Ablauforganisation
- 2.1.6. Marketing-Mix
- 2.1.7. Bisherige Kommunikation
- 2.1.8. Interne Umfrage und Ergebnisse

2.2. Externe Analyse (OT)

- 2.2.1. Markt
- 2.2.2. Mitbewerber (und deren Kommunikation)
 - 2.2.2.1. Direkte Mitbewerber
 - 2.2.2.2. Substitutions-Mitbewerber
- 2.2.3. Anspruchsgruppen
- 2.2.4. Beeinflusser
 - 2.2.4.1. Interne Beeinflusser
 - 2.2.4.2. Externe Beeinflusser
- 2.2.5. Umweltfaktoren und Trends
- 2.2.6. Externe Umfrage und Ergebnisse

2.3. Fazit für die Gesamtkommunikation

3. Touchpoint-Analyse und Customer Journey

- 3.1. Darstellung der Customer Journey mit existierenden und neuen Touchpoints, inkl. Ampel-System **vor** der Umsetzung

4. Integrierte Kommunikationsstrategie

- 4.1. Kommunikationszielgruppen (inkl. deren interne «Betreuer»)
- 4.2. Kommunikationspositionierung (Gesamtunternehmen)
- 4.3. Kommunikationsziele (global und pro Bereich)
- 4.4. Kommunikative Leitidee
- 4.5. Grundlagen für das Corporate Design
- 4.6. Kooperationen

5. Botschaftsplattform

- 5.1. Content Marketing und Leitfaden Storytelling
- 5.2. Consumer Insight
- 5.3. Kommunikationsbotschaften (pro Zielgruppe)
- 5.4. Kommunikationsstil und -tonalität

6. Kommunikationsinstrumente und -massnahmen

(digital und analog / pro Zielgruppe / Kennzeichnung bestehender und neuer Massnahmen)

- 6.1. Mitarbeitendenkommunikation
- 6.2. Persönliche externe Kommunikation und Verkaufsförderung
 - 6.2.1. Präsentationsunterlagen
 - 6.2.2. Unterstützung Empfehlungsmarketing
 - 6.2.3. Give-aways
- 6.3. Direct Marketing inkl. Inbound Marketing

- 6.4. Event Marketing
- 6.5. Messen und Ausstellungen
- 6.6. Sponsoring inkl. Influencer Marketing
- 6.7. Public Relations
- 6.8. Mediawerbung
- 6.9. Social-Media-Kommunikation

- 6.10. Massnahmenmatrix im Kundenlebenszyklus (CRM)

7. Integrierte Umsetzung der Kommunikationsmassnahmen

- 7.1. Vorhandene Barrieren
- 7.2. Massnahmen zum Abbau der Barrieren
- 7.3. Verknüpfung interne und externe Kommunikation
- 7.4. Organisatorische Regelung der internationalen Kommunikation
 - 7.4.1. Aufgaben der HR (inkl. personelle Verantwortung)
 - 7.4.2. Aufgaben der Projektleitung und der Hubs
- 7.5. Timing
- 7.6. Kommunikationsbudget

8. Controlling

- 8.1. Prozess- und Effizienzkontrolle
- 8.2. Massnahmen zur Überprüfung der Zielerreichung
- 8.3. Massnahmen bei Abweichungen von der Zielfestlegung
- 8.4. Darstellung der Customer Journey mit Ampel-System
nach der Umsetzung