



12

TIPPS ZUR ERFOLGREICHEN UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

im Internet

1. Werden Interessen, Bedürfnisse, Erwartungen und Wertvorstellung der Adressaten erkannt und genutzt (Customer)?
2. Wird der Sinn, das Ziel, die Leistungen, der Erfolg und das innovative Engagement des Unternehmens klar erkennbar (Commercial Purpose)?
3. Wird persönliche, fachliche und soziale Kompetenz vertrauensbildend vermittelt (Competence)?
4. Werden Informationen mit relevantem Inhalt bereitgestellt (Communication)?
5. Ist das Verhalten im Umgang mit Mitarbeitern und Partnern fair (Coworkers)?
6. Welche formalen Regeln der Text basierten Kommunikation werden gewählt (Computational Linguistics)?
7. Entsteht aus Text, Dokumenten, bewegenden und bewegten Bildern ein positiver Gesamteindruck (Content)?
8. Ist ein abgestimmtes Kommunikationskonzept online-offline erkennbar (Concept)?
9. Sind kreative und technische Optionen soweit wie möglich ausgeschöpft (Creative)?
10. Wird eine nachvollziehbare soziale Verpflichtung wahrgenommen (Corporate Responsibility)?
11. Gibt es ein System zur Überprüfung der Einhaltung von Verhaltensregeln und Versprechen (Compliance)?
12. Werden verfügbare Daten analysiert und der Auftritt im Netz gepflegt (Continuous Care)?

WIR SIND HIER, UM DIE INTERESSEN UNSERER KUNDEN ZU RESPEKTIEREN

1 #Meine Kunden

Ist der Blick auf die
Kunden oder auf sich
selbst gerichtet ?

Kennen Sie die Interessen, Bedürfnisse, Erwartungen und Werte Ihrer Kunden oder vermuten Sie nur was von Ihnen gefordert wird? Und wer sind Ihre Kunden überhaupt? Auf jeden Fall sind nicht alle gleich, aber potentiell gleich wichtig.

Zufriedene Kunden sind die besten Ratgeber.

Vermeiden Sie das Verfolgen eigener Wünsche in anderen (Projektion) und Sie werden Ihre Kunden besser verstehen.

Anerkennung ergibt sich aus dem Sinn, dem Ziel, den Leistungen und dem innovativen Engagement eines Unternehmens. Es wird nur dann positiv wahrgenommen, wenn es sich als zuverlässig, brauchbar und nützlich für Menschen erweist. Tauglichkeit, Vorzüglichkeit und Vortrefflichkeit, das ist anzustreben.

Nach einer Forsa Umfrage (2018) haben Müllwerker ein höheres Ansehen als Lehrer, Anwälte und Bankangestellte. Eine funktionierende Müllentsorgung hat für die Menschen einen fühlbaren Nutzen und erweist sich täglich als zuverlässig.

2 #Commercial Purpose

Warum gibt es Ihr Unternehmen? Was macht es bemerkenswert?

NICHT WAS, SONDERN WIE

Es wird wichtiger wer Sie sind, als was sie sind.
Wer Sie sind zeigt nicht das, was Sie tun,
sondern wie Sie es tun.

Skepsis bezüglich Ihrer Kompetenz entsteht nicht durch Zweifel am Wollen, sondern am Machen. Tauglichkeit resultiert nicht nur aus Kenntnissen, Fähigkeiten und Fertigkeiten, sondern vor allem aus der erkennbaren Bereitschaft diese Eigenschaften zum Nutzen anderer einzusetzen.

Vertrauen entsteht durch Glaubwürdigkeit.
Zeigen Sie, was Sie anbieten ohne falsche Versprechungen, ohne sich selbst zu loben.

Leben Sie gelassen mit Bewertungen,
verfolgen Sie negative Rückmeldungen mit Aufmerksamkeit und reagieren Sie mit Souveränität.

3 #Competence

„Machen ist wie wollen, nur krasser“ Kristina Vogel

Kommunikation beherrscht unser ganzes Leben und Erleben. Verständigung besteht in einer Abfolge von Interaktionen die Informationen, Emotionen, Vorurteile, Bedürfnisse, Interessen, Erwartungen und Wertvorstellungen berücksichtigen und somit Denken und Verhalten beeinflussen.

In der Kommunikation dreht sich alles es darum, die emotionale Sphäre des Partners zu erreichen. Nur dann liegt es im Bereich des Möglichen, eine Änderung von Überzeugungen und des daraus resultierenden Verhaltens zu erreichen.

Versetzen sie sich in die Lage Ihrer Besucher. Man hört gerne zu, wenn jemand dann redet, wenn er uns etwas zu sagen hat.

4 #Communication

“Weise Männer sprechen, weil sie etwas zu sagen haben; Narren, weil sie etwas sagen müssen.”

Plato

IHR TEAM IHR ERFOLG

5 #Co-Workers

Das größte Kompliment für einen Leader ist das, welches er von jenen bekommt, die für ihn arbeiten.

Karl PilsI

Mitarbeiter*innen sind die Quelle, die den Erfolg speist. Sie erwarten mit der gleichen Aufmerksamkeit wie Ihre Kunden behandelt zu werden. Personal kommt von persönlich. Mit Bedacht ausgesuchte Mitarbeiter*innen werden Sie positiv überraschen, d.h. mehr leisten als man sich bei der Einstellung erhofft hat.

Bieten Sie Sichtbarkeit, Gestaltungs- und Entfaltungsmöglichkeiten, sinnvolles Tun, flexibles Arbeiten und Verantwortung für Projekte. Erlauben Sie Freiräume und statten Sie Arbeitsplätze mit moderner Technik aus. Respektieren Sie die Privatsphäre. Begreifen Sie Mitarbeiter*innen als Markenrepräsentanten. Sie werden es Ihnen mit Respekt und Loyalität vergüten.

Behandeln Sie Lieferanten und beauftragte Dienstleister fair. Sie sind Mitarbeiter*innen ihres Unternehmens und Influencer, die weitergeben wie es ist, mit Ihnen zusammen zu arbeiten.

STUDIUM DER SPRACHE DATENANALYTISCHE PERSPEKTIVE

Text und Sprache beherrschen, natürliche Sprache in Form von Text- oder Sprachdaten mit Hilfe des Computers algorithmisch verarbeiten.

Computerlinguistik erforscht die maschinelle Verarbeitung natürlicher Sprachen. Sie erarbeitet die theoretischen Grundlagen der Darstellung, Erkennung und Erzeugung gesprochener und geschriebener Sprache durch Maschinen.“
Universität München.

Mit neuen Algorithmen erkennen Suchmaschinen immer besser was Besucher der Webseiten interessiert. Ansprechend ist was gelesen oder angesehen wird.

Google sucht nicht mehr, Google schlägt vor.

6 #Computational Linguistics

Einige Webseiten können potenziell die zukünftige Zufriedenheit, die Gesundheit, die finanzielle Stabilität oder die Sicherheit der Nutzer beeinflussen. Google

„CONTENT
IS KING“
Bill Gates 1996

7 #Content

„Haben wir keinen Praktikanten,
der uns schnell ein paar Texte
erstellen kann?“

Die Gestaltung einer digitalen Unternehmenskommunikation kommt oft mit erheblichem Aufwand für Design und Navigation zustande, um dann stiefmütterlich mit Inhalten angereichert zu werden.

Unterschätzen Sie nicht den Aufwand Content (Text-, Bild-, Audio- und Videodaten) in angemessener Qualität zu produzieren und zu aktualisieren. Weniger mag mehr sein. Keep it Simple, but Significant.

„Content, distribution, attractive design, high performance and updated ever-evolving technology equally create the power of messages in the internet.“

Bei beschränkten Budgets kostenbewusst Optionen prüfen, nicht alles anstreben, was möglich ist.

Kommunikation braucht ein strategisches Konzept.

Große Unternehmen sind im Vorteil, da sie über die finanziellen Mittel verfügen um Big Data, Artificial Intelligence, Virtual Reality, Deep Learning und alles andere, was in Richtung „Mindcontrol“ entwickelt wird, zur Verhaltensbeeinflussung zu nutzen.

Im Bereich „Small Business“ basieren Entscheidungen auf der vorhandenen Expertise, einer limitierten Datenanalyse, Erfahrung und Intuition (Bauchgefühl). Das muss kein Nachteil sein. Größe ist nicht alles.

„Die kleinere Truppe wir sind. Dafür größer im Geist.“ (Meister Yoda).

DENKEN VOR HANDELN

8 #Concept

„Without a concept of strategy behavior and tactics are either intuitive or the result of conditioned reflexes.“

BCG

KREATIV SEIN KANN JEDER MENSCH

9 #Creative

„Creative thinking inspires ideas.
Ideas inspire change.“
Barbara Januszkiewicz

Für Unternehmen ist Kreativität nicht selbstzwecklich. Kreativ ist, was einerseits neu oder originell und andererseits nützlich oder brauchbar ist.

Kreative Ideen sind die Fundgrube, um Lösungen für Probleme zu finden, die bislang nicht bekannt waren. Kreativ kann auch die Umsetzung bekannter Ideen mit neuen Mittel sein.

Nutzen Sie die Kreativität Ihrer eigenen Gedanken. Ihr bisheriger Erfolg ist doch kein Zufall.

Unternehmen wie Blackrock haben erkannt, dass ein Business, welches das eigene Interesse über das Allgemeinwohl stellt auf Dauer „die Lizenz zu arbeiten“ verlieren wird.

Aus Erfolg entsteht eine Verpflichtung gegenüber dem Gemeinwesen, das die Voraussetzung für gemeinsames Leben und Arbeiten schafft.

Es gibt keine Rechtfertigung für unsoziales Verhalten, Vertrauensbruch oder dauerhaften Schaden, welcher in der in der Unternehmensverantwortung liegt.

Wer einen Teil des Gewinns zum nachhaltiges Wirtschaften und zur Unterstützung von gemeinnützigen Initiativen verwendet, sollte das nicht verschweigen.

SOZIALE VERPFLICHTUNG

10 #Corporate Responsibility

Eigentum verpflichtet. Sein Gebrauch soll zugleich dem Wohle der Allgemeinheit dienen.
Grundgesetz für die Bundesrepublik Deutschland, Art 14.

COMPLIANCE UND AUTONOMIE

11 # Compliance

Compliance bedeutet nicht einfach bloß „Zuverlässigkeit“. Es ist mehr: Rechtstreue, Konformität, Marktgerechtigkeit, gutes Gewissen und Unangreifbarkeit.

Thomas Fischer in der „Zeit“

Zuverlässigkeit ist in vertrauenssensiblen Dienstleistungsbereich von ausschlaggebender Bedeutung. Das bedeutet, sich an gegebene Versprechen und gesetzliche Vorgaben zu halten.

Ein Verhaltenskodex erleichtert es den Mitarbeitern, ihr Verhalten am Unternehmensinteresse zu orientieren und dennoch engagiert eigenständig zu handeln., ohne Grenzen (z.B. Informationsweitergabe an Mitbewerber oder Medien) zu überschreiten.

"We are constantly working towards the highest level of compliance possible" (Mike Davidson).

100% Regeltreue ist eine Illusion. Es ist nützlich zu wissen, wie weit man davon entfernt ist.

Durch regelmäßige Überprüfung und Aktualisierung der Kommunikationselemente sind Sie in der Lage proaktiv Anpassungen vorzunehmen und Unstimmigkeiten zu korrigieren, um den aktuellen und zukünftigen Bild des Unternehmens gerecht zu werden.

Damit schaffen Sie die Voraussetzungen um Fehlentwicklungen früh zu erkennen und negative Konsequenzen zu vermeiden.

SORGEN UND SICH KÜMMERN

12 #Continuous Care

Durch die vorschriftsmäßige Wartung wird der Zustand der Ausrüstung durch periodische oder kontinuierliche Überwachung des Zustands bewertet.

ACHTUNG

Beiss nicht gleich in jeden Apfel, er könnte sauer sein,
denn auf rote Apfelbäckchen fällt man leicht herein.

Ziel der Unternehmenskommunikation ist die Erreichung einer auf Gegenseitigkeit beruhenden Aufmerksamkeit (Joint Attention) bei interessierten Menschen.

Kommunizieren Sie mit langfristiger Perspektive, bauen Sie stabile soziale Beziehungen auf und Ihre Reputation wird ebenso wie das Vertrauen Ihrer Kunden wachsen. Wir alle wünschen uns von dem, was wir sehen, hören oder lesen berührt zu werden? Und es soll uns zeigen, dass wir nicht alleine sind.

Ich diskutiere gerne mit Ihnen darüber, wie es noch besser gelingt Ihre Webseiten so zu präsentieren, dass sie regelmäßig gelesen, geteilt und verlinkt werden. So werden Sie den Mehrwert von Inhalten erkennen und nutzen können.

In einer kostenlosen Demo zeigen wir Ihnen, wie Sie die Kontrolle über die Darstellung Ihrer Identität im digitalen Universum behalten.



Aufmerksamkeit

Mit diesen Tipps entstehen konzeptionelle Gedanken dazu, wie mit Informationen Menschen nicht nur erreicht, sondern auch bewegt werden können.