Verbesserung der strategischen Unternehmenskommunikation einer deutschen Privatbank.

Ausgangslage	Projektauftrag	Vorgehen	Ergebnisse
▪ Mangelnde Fokussierung der Kommunikation auf relevante Themen ▪ Wettbewerber besetzen Themen vorzeitig, daher nur reaktive Kommunikation notwendig ▪ Ungenügende Erfolgsmessung der eingesetzten Kommu-nikationsmaßnahmen	▪ Einführung klarer Kommunikationslinien ▪ Identifikation branchen- und kundenrelevanter Themen ▪ Messbarmachung des erzielten Kommunikationserfolgs ▪ Institutionalisierung eines Management-Controlling-Tools	▪ Ableitung der Kommunikationsziele ▪ Branchen-, Wett-bewerber- und Kundenbeobachtung zur Bestimmung von Kundenthemen ▪ Ableitung von Erfolgskennzahlen ▪ Erstellung von Framework und Database für Kommunikations-erfolgsmessung auf Excel-Basis	▪ Zielgerichtete Kommunikations-maßnahmen ▪ Agenda-Setting durch Adressierung relevanter Themen ▪ Interne Profilierung der Kommunikationsabteilung durch Aufzeigen der Kommunikationserfolge ▪ Kontinuierlicher Verbesserungsprozess durch Controlling-Tool