

# 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