

Konzeption – der Fahrplan für Ihre Aktivitäten

Von Carsten Lange, PR-Berater (DPRG)

Ein Mailing verschicken, Werbung schalten, Texte für den Internetauftritt schreiben, eine Pressemitteilung versenden... Es gibt viele Aktivitäten, mit denen ein Unternehmen an die Öffentlichkeit treten kann. Sinnvoll ist das nur, wenn dahinter ein ausgereiftes Konzept steckt. Das ist der Fahrplan, der alle Einzelaktivitäten zu einem schlagkräftigen Ganzen verbindet und Ihre kommunikativen Probleme löst.

Analyse:

1. Problemdefinition (Wo liegt Ihr kommunikatives Problem?)
2. Ist-Analyse (Wie sieht es aus in Ihrem Unternehmen, am Markt, mit Ihrer Kommunikation?)
3. Swot-Analyse (Was sind die Stärken und Schwächen Ihres Unternehmens und die Chancen und Risiken im Umfeld?)
4. Soll-Analyse (Was ist der wünschenswerte Zustand für Ihr Unternehmen?)

Strategie:

5. Ist-/Soll-Vergleich (Was ist der Unterschied zwischen Ist und Soll?)
6. Zielgruppen (Wer sind die Adressaten?)
7. Ziele (Welche kommunikativen Ziele sollen erreicht werden?)
8. Botschaften (Was soll wem gesagt werden?)

Taktik:

9. Maßnahmen (Welche Aktivitäten sind sinnvoll?)
10. Instrumente (Welche Instrumente können eingesetzt werden?)
11. Zeitplan (Wann und in welcher Kombination werden die Maßnahmen und Instrumente eingesetzt?)
12. Budget (Was kosten die Aktivitäten?)

Evaluation:

13. Controlling (Wie kann der Erfolg gemessen werden?)