

Beschreibung

Gelungene Interne Kommunikation schafft einen Mehrwert für Unternehmen und Organisationen – materiell und immateriell. Informierte Mitarbeiter denken mit, arbeiten motivierter und tragen das Markenversprechen des Unternehmens positiv nach außen. Reibungsverluste und Krankenstand nehmen nachweislich ab. Es spricht in Unternehmen und Organisation also alles für eine starke Interne Kommunikation, die strategisch und mit System entwickelt werden sollte. Für diese Aufgaben und Anforderungen braucht es professionelle IK-Manager. Um die nötigen Rahmenbedingungen, Einblicke in die Methodik und den wichtigen Praxisbezug geht es in diesem Seminar.

Lernziel

Die Seminarteilnehmer kennen:

- die Grundlagen und Aufgaben der Internen Kommunikation
- ihre eigene Rolle als IK-Manager in ihrer Organisation und wissen sich zu positionieren
- Argumente für die Wichtigkeit einer starken IK in der Organisation
- das Gerüst einer Kommunikationsstrategie und wissen, wie sie sie pragmatisch entwickeln und im Alltag umsetzen können
- die Bezugsgruppen und wissen, wie sie eine heterogene Bezugsgruppe ansprechen
- die Voraussetzung für einen realistischen und umsetzbaren Medienmix für ihre Organisation und können ihn herleiten.

Ablauf

Änderungen vorbehalten!

9.00 – 17.00 Uhr, inkl. 2 Pausen à 30 Min. + 1 Pause à 60 Min.

- Spielfeld der Internen Kommunikation, Definition, Aufgaben und Mehrwert
- Spieler der Internen Kommunikation, Rolle, Schnittstellen und Abgrenzungen
 - IK-Manager
 - Führungskräfte und Mitarbeiter
 - Betriebsrat und Personalabteilung
- Spielregeln der Internen Kommunikation. Unternehmens- und Kommunikationskultur
- Strategieentwicklung und Konzeptionsprozess
 - Analyse: Aufgabenbestimmung, Recherche, Statusanalyse
 - Planung: Ziele, Bezugsgruppen, Positionierung, Themen und Botschaften, Instrumente
 - Umsetzung: Steuerung von Themen, Zeitplan und Instrumenten
 - Kontrolle: Mittel der Evaluation
- Instrumenteneinsatz
 - Instrumente im Überblick
 - Charakteristika und Herausforderungen
 - Der erfolgreiche Medienmix
 - Erfolgskontrolle

Trainerin



Ulrike Führmann (→ S. 6)

Methodik

- Theoretische Fachvorträge der grundlegenden Prinzipien mit Praxistransfer
- Gruppenarbeit/ Einzelarbeit
- Feedback- und Diskussionsrunden
- Darstellung und Analyse von Praxisbeispielen

Zielgruppe

Das Seminar spricht branchenübergreifend Mitarbeiter, Kommunikationsmanager und Führungskräfte aus Unternehmen, Verbänden, und Organisationen an, die sich im Bereich Interne Kommunikation professionalisieren und einen ersten Überblick gewinnen wollen. Es eignet sich ebenfalls für PR- und Kommunikationsfachleute aus dem Agenturumfeld.

> **Hinweis:** Dieses Seminar gibt einen eintägigen Überblick und dient zur Einführung in das Thema. Vertiefungsmöglichkeiten bestehen in unserem Intensivkurs Interne Kommunikation.

1. Agenda Setting erfolgreich umsetzen: Strategisches Themen- und Issues-Management
 - 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
 - 12. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
2. Corporate Media 2.0: Wie das Internet die Unternehmenskommunikation verändert
 - 26. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
 - 15. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
3. Effektive Pressearbeit
 - 14. – 15. Oktober 2010 | Düsseldorf | Preis: 650 Euro
 - 19. – 20. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 650 Euro
4. Grundlagen und Strategien der Social Media
 - 4. – 6. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
 - 5. – 7. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
5. Krisen-PR – Kontroversen, Konflikte, Krisen
 - 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
 - 5. – 6. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
6. PR und Recht
 - 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
 - 13. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
7. Professionelle PR-Konzepte
 - 9. – 10. November 2010 | Berlin | Preis: 910 Euro
 - 6. – 7. Juni 2011 | Berlin | Preis: 910 Euro
8. Reden schreiben
 - 28. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
 - 13. Mai 2011 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
9. Rhetorik im Medienumgang
 - 27. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 450 Euro
 - 23. – 24. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 910 Euro
10. Schreiben für Onlinemedien
 - 5. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
 - 20. Juni 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro

11. Schreibtraining für PR-Profis – Journalistisches Schreiben in Unternehmen
 - 21. – 22. Oktober 2010 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
 - 2. – 3. Dezember 2010 | München | Preis: 850 Euro
 - 11. – 12. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 850 Euro
 - 16. – 17. Juni 2011 | München | Preis: 850 Euro
12. Social Media in der Praxis und die optimale Nutzung
 - 2. – 4. Dezember 2010 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
 - 16. – 18. Juni 2011 | Düsseldorf | Preis: 900 Euro
13. Storytelling
 - 18. – 19. November 2010 | München | Preis: 850 Euro
 - 19. – 20. Mai 2011 | München | Preis: 850 Euro
14. Vertriebsunterstützende PR
 - 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
 - 20. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
1. Den Change Prozess erfolgreich treiben
 - 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
2. Interne Kommunikation im Schleudergang
 - 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
3. Interne Kommunikation im Überblick: Grundlagen, Strategien und Konzepte (1. Modul)
 - 30. September – 2. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
 - 17. – 19. März 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro
4. Interne Kommunikationsinstrumente (2. Modul)
 - 28. – 30. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
 - 7. – 9. April 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro
5. Intranet und Social Media in der Internen Kommunikation
 - 12. November 2010 | Düsseldorf | Preis: 450 Euro
6. Schnittstellen und Erfolgskontrolle der Internen Kommunikation (3. Modul)
 - 28. – 30. Oktober 2010 | Frankfurt | Preis: 820 Euro
 - 19. – 21. Mai 2011 | Düsseldorf | Preis: 820 Euro

Ich melde mich zu folgendem Seminar bzw. Intensivkurs an* und akzeptiere die AGB:

- Bitte senden Sie mir den kostenlosen scm-Newsletter. Bitte senden Sie mir Info-Material.

Hinweis:

Alle Veranstaltungspreise verstehen sich zuzüglich Mehrwertsteuer. Rabatte für Frühbucher und Mitglieder ausgewählter Fachverbände AGB → S. 50.

Ihre Daten

Name | Vorname

Titel

Firma | Institution

Funktion | Abteilung

Straße | Postfach

PLZ | Ort

Telefon | Telefax | E-Mail

Ort | Datum | Unterschrift