

Interne Kommunikation im Schleudergang – Management Summary der wichtigsten Grundlagen

Seminar

IK

11. Mai 2012 | Köln · NH Köln Mediapark | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.
23. November 2012 | Düsseldorf · Novotel City West | Preis: 450 Euro zzgl. MwSt.
Teilnehmerzahl: 6 – 14



Ulrike Fühmann (→ S. 6)



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 Organisationen 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.

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.

Inhalte

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

Methodik

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

Lernziel

Die Seminarteilnehmer kennen:

- die Grundlagen und Aufgaben der IK
- 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.