

In einen vollen Raum stellt man keine Möbel: Mini-Workshop Kommunikationsstrategie



Vor allem in den vergangenen beiden Monaten habe ich sehr viele Strategie-Workshops für dieses inzwischen neue Jahr geleitet. Natürlich ging es dabei vornehmlich ganz konkret um Kommunikationsstrategien und die operative Werbung und PR. Aber das ist eng mit der gesamten Unternehmensstrategie verknüpft.

Für mich selbst habe ich die ruhigen Tage vor den Feiertagen genutzt, um einige innere Weichen für 2011 zu stellen.

Der wichtigste Satz in allen diesen Prozessen lautet für mich: In einen vollen Raum stellt man keine Möbel!

Was bedeutet das? Einige Anregungen und Zielfragen dazu, wie ich es anfasse (in der Realität dauert so ein Prozess mehrere Stunden oder sogar einen ganzen Tag – bevor es dann um die konkrete Umsetzung geht):

- Strategische Planung starten: mit einer Analyse des bisher Erreichten. Fragen für so eine Bestandsaufnahme könnten sein:
 - >Wo kommen wir her?
 - >Was sind unsere bisherigen Erfolge?
 - >Worauf sind wir stolz?
 - >Was gelingt uns besonders gut?
 - >Was würden andere über uns sagen?
- Vergangene Erfolge noch einmal betrachten und wertschätzen – dann loslassen!
- Vor die konkrete Planung eine Visions-Phase legen:
 - > Wenn eine Fee käme, und wir könnten uns die Zukunft unseres Unternehmens frei wünschen: Wie sieht sie aus – in einem, in drei und in fünf Jahren?
- Konkrete Ziele benennen – kurz-, mittel- und langfristig (Welche Zeiträume Sie festlegen, hängt von Ihrer ganz konkreten Unternehmenssituation ab.)

- Zielgruppen und deren Bedürfnisse, Alleinstellungsmerkmale und Kundennutzen Ihres Angebotes noch einmal ausdrücklich benennen und beschreiben
- Zeitplan für das gesamte Jahr planen und die Medien und Maßnahmen wie Puzzle-Teile darin einfügen

Natürlich gehört zur Planung einer Kommunikationsstrategie dann noch eine Menge mehr. Budget-Planung beispielsweise, Aufgabenverteilung und vieles andere. Das kann man immer nur ganz konkret für das einzelne Unternehmen erarbeiten.

Aber bevor Sie überhaupt in ein Brainstorming und eine erste Visionsphase eintreten, tun Sie doch mal bitte Folgendes:

Schreiben Sie Sätze auf einzelne Zettel, die Ihren Raum füllen, so dass keine neuen Möbel hineinpassen – bildlich gesprochen. Dabei spielt es gar keine Rolle, ob Sie ein großes Team in einem marktführenden Unternehmen sind oder eine kleine Beratungsfirma. Einige Beispiele:

- Das hat bisher auch nicht geklappt.
- Das war im letzten Jahr ein Flop.
- Diese Zielgruppe haben wir noch nie erreicht.
- Dafür haben wir sowieso keine Zeit.
- Das kriegen wir bei unseren Kunden (Aufsichtsrat, Sponsoren, Geschäftspartnern ...) sowieso nie durch.
- Das will eh keiner haben.
- Das kann ja nichts werden.

Fallen Ihnen weitere ein? Prima! Es kann richtig Spaß machen, solche Sätze zu sammeln. Wenn Sie alle haben, dann zerreißen Sie sie genüsslich – und ab in den Papierkorb. Oder Sie verbrennen sie auf dem Firmenparkplatz. (Oder besser nicht! Ich will es nicht schuld sein, wenn die Feuerwehr kommt! 😊)

Jetzt ist der innere Raum frei für die neuen Möbel, sprich: für die Planung Ihrer Strategie und des operativen Geschäfts im weiteren Jahr. Ich wünsche Ihnen dabei viel Erfolg!