

Evidenzbasiertes Reputationsmanagement

Methoden und Tools der PR-Evaluation und CommTech

Qualität, Image, Vertrauen – Unternehmen müssen ihre Reputation kennen. Denn nur wer seine Stärken und Schwächen aus der Perspektive seiner unterschiedlichen Stakeholder kennt, kann auf den eigenen Ruf gezielt Einfluss nehmen. Für Kommunikatoren wird es immer wichtiger, eigene Themen in der Unternehmenskommunikation zu finden – um sich gegenüber dem Wettbewerb durchzusetzen und Themenführerschaften zu übernehmen. Aber die Hürden dafür werden immer höher. Relevante Themenfelder werden längst nicht mehr exklusiv bespielt. Über Digitalisierung oder Nachhaltigkeit spricht heute fast jedes Unternehmen. Wie und anhand welcher Kriterien misst man also Reputation? Wessen Wahrnehmung will ich messen? Was wird über meine Marke und mein Unternehmen gesagt? Wie interpretiert man diese Informationen und weiß, ob sie Einfluss auf die eigene Reputation haben können? Wie steht es um die Reputation der Konkurrenz? Dieser Workshop unterstützt Sie dabei, Themensignale für Ihr Reputations- und Issues-Management zu erkennen und einzuordnen. Sie erfahren, wie eine individuelle Reputationsmessung für Ihr Unternehmen aussehen kann und wie Sie Ihre Reputationsdaten im Vergleich zum Wettbewerb einordnen. Sie bekommen wertvollen Input für Ihre Kommunikation und Ihren Kundenservice. Sie sind in der Lage, den Erfolg Ihrer Kommunikations- und Pressearbeit und somit den Ihres Unternehmens langfristig zu sichern.

Themenschwerpunkte

- Was ist „Evidence Based Reputation and Issues Management“?
- Kommunikations-Steuerung über die Wirkungsstufen des DPRG / ICV Bezugsrahmen mit den passenden Kennzahlen als zentrale Orientierungseinheit für die Wirkung von Unternehmenskommunikation.
- Quantifizieren und Messen: Einordnung, Grundlagen und Methoden der PR-Evaluation und CommTech.
- Planung und Operationalisierung: Einsatz vorhandener sowie neuer Mittel zur Implementierung von Kommunikations-Controlling und Stakeholder Journey.
- Definition von Positionierungszielen und Abgleich mit der bisherigen Wahrnehmung.
- Umgang mit Stakeholder-Erwartungen und daraus entstehender Chancen und Risiken.

Lernziele

Sie wissen, wie man ein Reputationsmanagement aufbaut und sind in der Lage, Ihre Stärken und Schwächen zu identifizieren. Sie wissen, welche Themen imagefördernd oder imagegefährdend sind. Sie erfahren, mithilfe welcher Tools Sie Ihre Kommunikation erfolgreich steuern können.

Teilnehmergruppe

- Diese Weiterbildung richtet sich an alle Kommunikationsverantwortlichen aus PR, Marketing und Öffentlichkeitsarbeit, die die Reputation für Ihr Unternehmen messen möchten.

- Kurs für alle, die sich die Grundlagen zu PR-Evaluation und CommTech aneignen möchten.

Beginn:

Thursday, September 26, 2024, 9:00 AM Uhr

Ende:

Thursday, September 26, 2024, 5:00 PM Uhr

Veranstaltungsort:

Online

Website & Anmeldung:

Email team@media-workshop.de

<https://www.media-workshop.de/seminar/evidenzbasiertes-reputationsmanagement/>