Wie kann ein Hidden Champion Meinungsführer werden?

trio Corporate Newsroom

Wissen Sie, was Porsche, Schaeffler und Siemens gemeinsam haben? Einen Corporate Newsroom. Das Konzept dafür kommt aus der Welt der Zeitungen – wo in Newsrooms Nachrichten kanalisiert und Themen gesetzt werden. Ganz ähnlich machen das heute mittlerweile auch viele Unternehmen – von Big Playern bis zu Hidden Champions.

- Sie schaffen einen Newsroom, in dem all ihre kommunikativen Fäden zusammenlaufen.
- So können sie Botschaften klar definieren und zielgenau setzen.
- Sie können Kanäle effizient und stringent bespielen.
- Und Themen so besetzen, dass sie in ihrer Branche schnell zum Meinungsführer werden.
- Damit erzielen Sie eine Themenmacht, die aufgrund der vielen zur Verfügung stehenden Kommunikationskanäle anders nicht erreichbar wären.

Wir glauben, dass der Newsroom Ansatz die Antwort auf viele der neuen kommunikativen Anforderungen ist.

Ihre komplexe Kommunikations-Realität

1.

Medien und Kanäle fächern sich auf

Trotzdem muss B2B-Kommunikation in allen Kanälen zielgerichtet funktionieren. Damit das gelingt, braucht sie eine klare strategischer Führung. Außerdem einen zentralen Hafen, von dem aus Botschaften in die Welt getragen werden. Bei großen Unternehmen kommt noch die Herausforderung hinzu, dass verschiedene Divisions, Abteilungen etc. nicht immer homogen kommunizieren. So werden Botschaften diffus. Ein Newsroom vereinheitlich das und setzt auf klare Themen.

2.

Die Interessen der Menschen ändern sich – und damit die Themen unserer Kunden

Es geht heute für Kunden nicht mehr nur um Produkte/Dienstleistungen. Sondern auch um Werte und Haltungen, die mit Produkten verbunden sind. Wer das kommunikativ nicht berücksichtigt, verschenkt Umsatz.

3.

Produkte und Dienstleistungen werden immer vergleichbarer

Direkte Features und Leistungsversprechen werden immer irrelevanter. Stattdessen muss man Kunden Visionen und Zukunftsthemen näherbringen. Dann wird aus einem Mee-Too ein Must-Have.

Wie funktioniert ein Corporate Newsroom im Detail?

Im Newsroom werden Themen gesetzt

Dabei arbeitet man mit dem Fokus auf Trends, Werte und die Bedürfnisse von Kunden. Die Folge: Kommunikation wird zeitgemäß und kundenzentriert.

Im Newsroom lebt die Identität des Unternehmens

Sprache und Haltung, inhaltliche Schwerpunkte und Co. werden hier geformt. Hier erhält Ihr Unternehmen im wahrsten Sinne eine Identität und eine Persönlichkeit. Die Folge: Kommunikation aus einem Guss.

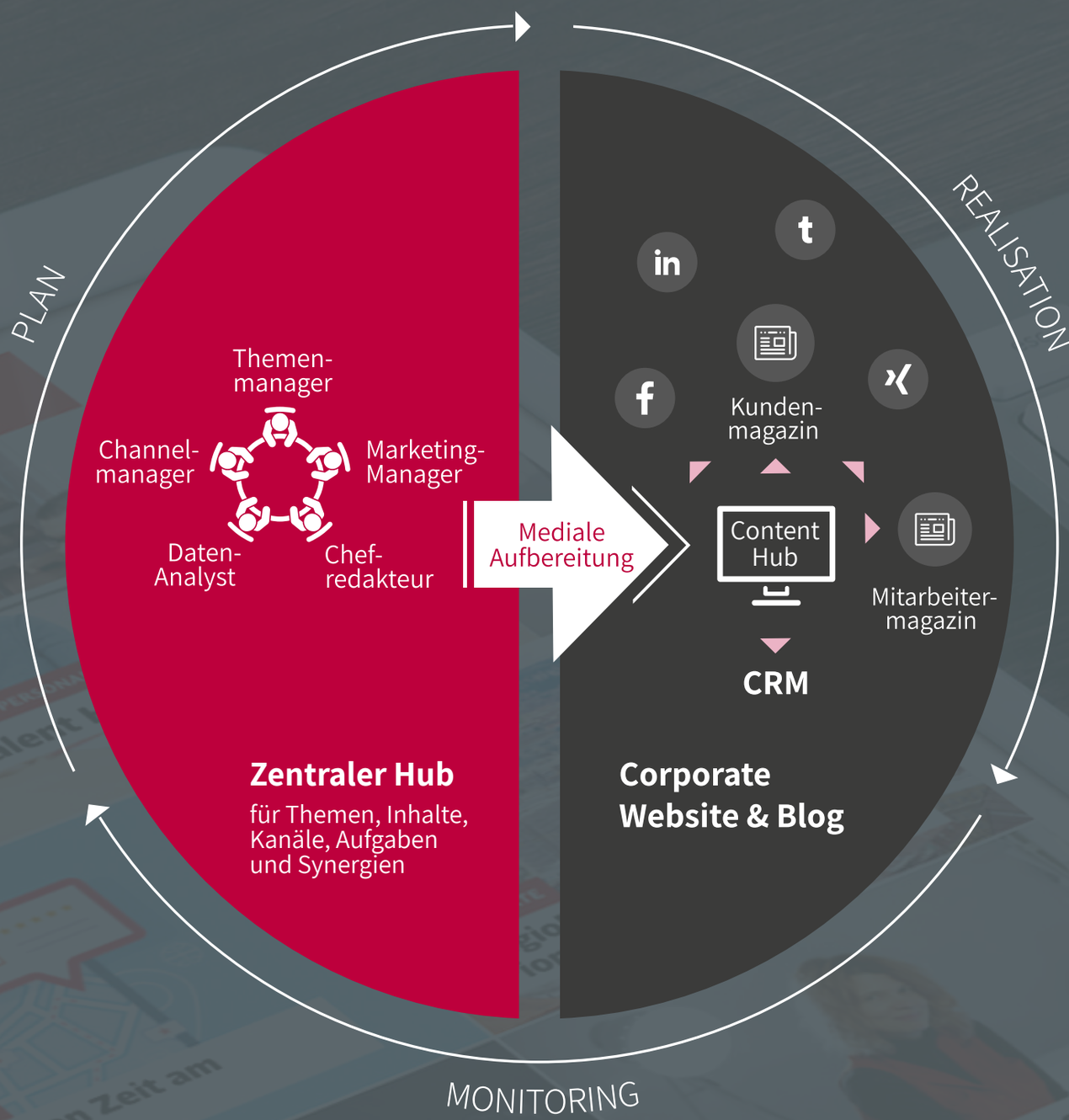
Der Newsroom ist die zentrale Kommunikations-Plattform für Unternehmensthemen

Vom Newsroom aus werden die Inhalte konkret ausgespielt und gesammelt. Er ist also gleichzeitig strategisches Zentrum und Content-Hub.

Der Newsroom macht relevant

Weil Sie von ihm aus Themen so steuern und besetzen können, dass Sie wirklich etwas zu sagen haben – und wenn Sie wollen, können Sie sogar zum Meinungsführer für die wichtigen Themen in Ihrer Branche werden.

Wie funktioniert ein Corporate Newsroom im Detail?



Klare Rollen, Prozesse und Räume

setzen den Rahmen für stetige Erfolgskontrollen und Verbesserungen. Der sichere Weg, Ihr Unternehmen gezielt relevanter zu machen – bis hin zur Meinungsführerschaft.

Die skalierbaren und flexiblen Leistungen des trio Corporate Newsroom – für Ihre Zukunft

Strategie

Wir zeigen Ihnen, wie Sie Zielgruppen, Marke, Kanäle, Organisation und Technologien via trio Corporate Newsroom gebündelt beherrschen.

Themen-Scouting

Lassen Sie sich erklären, welche Themen Sie besetzen sollten/können – mit kontinuierlicher Anpassung und Datenmonitoring.

Identität

Bestimmen Sie die Sprache und Haltung Ihrer Marke und passen Sie den Content an diese Identität Ihrer Marke an.

Content

Wir unterstützen Sie redaktionell und konzeptionell bei der Erzeugung von Content. Texte, Bilder, Kanalmanagement und kontinuierliche Datenanalyse gehören hier dazu.

Technologie

Wir entwickeln alle technischen Assets: Informationsarchitektur, UX-Design, Hub.

Manpower

Wir unterstützen Sie auch mit Redaktions-Teams, Marketing-Taskforces oder Analysten-Teams – angepasst an Ihren Bedarf.

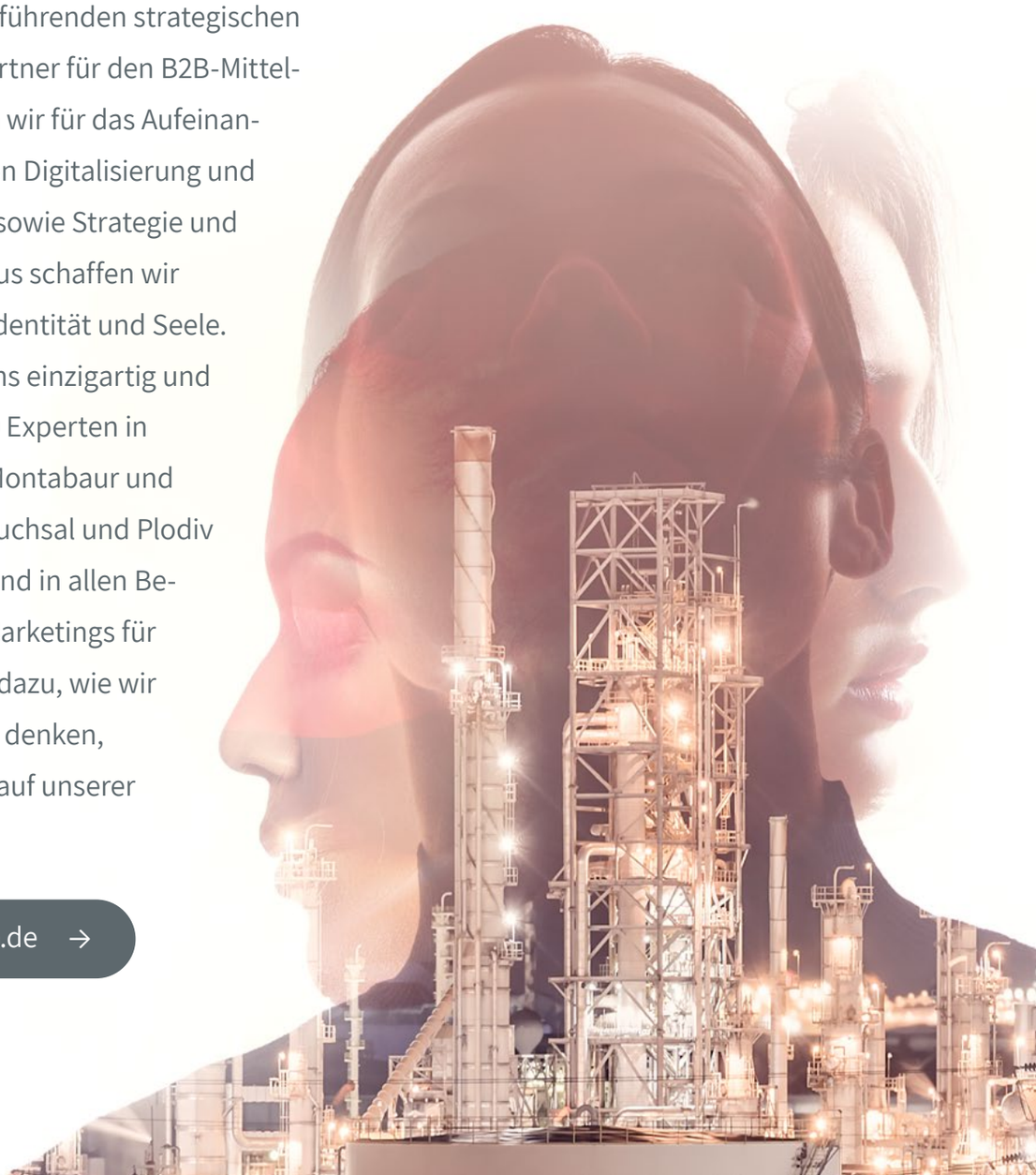
Das klingt interessant? Dann lassen Sie uns reden!

Daniel Szkutnik
Chief Strategy Officer trio-group I.AM

d.szkutnik@trio-group.de →

02602 1601-153

trio group

Als einer der führenden strategischen Beratungspartner für den B2B-Mittelstand stehen wir für das Aufeinandertreffen von Digitalisierung und Psychologie sowie Strategie und Design. Daraus schaffen wir Marken mit Identität und Seele. Das macht uns einzigartig und Sie auch. 100 Experten in Mannheim, Montabaur und München, Bruchsal und Plodiv (Bulgarien) sind in allen Belangen des Marketings für Sie da. Mehr dazu, wie wir arbeiten und denken, erfahren Sie auf unserer Website:

trio-group.de →