

Case Study

Mittelständisches Unternehmen Stahlindustrie

Situation

Ein mittelständisches Konglomerat aus Dienstleistungsunternehmen, die in der Stahlindustrie tätig sind, wird mangels einheitlicher Kommunikation nicht als relevante Größe im Markt wahrgenommen.

Dies behindert erkennbar die Position im Marktgeschehen und die weitere Expansion vor allem mit internationalem Fokus.

Aufgabe

Klare kommunikative Strukturen entwickeln.

Entsprechendes Corporate Branding einheitlich schaffen und über relevanten Kanäle – von Messe bis Onlinemedien – kommunizieren.

Die Bandbreite der von der Unternehmensgruppe angebotenen Dienstleistungen zielgenau auch für eine internationale Klientel kommunizieren.

Umsetzung

Entwicklung eines Kommunikations-Gesamtkonzeptes mit einem strategisch und inhaltlich entwickelten Maßnahmenplan.

Strategie-Workshop für Mitglieder der Unternehmensleitung und einer weiteren Führungsebene.

Realisierung erster Maßnahmen am Beispiel der größten Branchenmesse.

Ergebnis

Festigung der Identität nach innen.

Erkennbar verbesserte Motivation der Mitarbeiter.

Dauerhaft verbesserte Wahrnehmung der Unternehmensgruppe in der Öffentlichkeit.