

Kommunikationserfolge messen, bewerten und steuern

Ihre Kennzahlen für die Unternehmenskommunikation

Aktuelle Methoden, Instrumente und Trends im Kommunikations-Controlling:

- ♦ **Top-Kennzahlen:** Die zentralen KPIs für Ihre Kommunikation
- ♦ **Evaluation von Messen, Events, Publikationen:** Quantitative und qualitative Methoden im Vergleich
- ♦ **Medienresonanzanalyse:** Neue Möglichkeiten und Tools im Internet
- ♦ **Social Web:** Bewertung von Web 2.0-Aktivitäten und Steuerung von Online-Kampagnen
- ♦ **Analyse von Reputation und Image:** Aktuelle Methoden und Herausforderungen
- ♦ **Visualisierung der Erfolge:** Verbesserte Kommunikations-Reportings für Ihr Management

Facebook, Twitter & Co.:

Kennzahlen für die Bewertung und Steuerung von Online-Kommunikation und Social Media-Aktivitäten!

Ihre Seminarleiter:



Christoph Lautenbach
Lautenbach Sass
Unternehmensberater
für Kommunikation



Prof. Dr. Ansgar Zerfuß
Universität Leipzig,
Institut für Kommunikations-
und Medienwissenschaft

Aus der Unternehmenspraxis:



Stefan Kantzenbach
Union Asset Management
Holding AG



Peter Rutz
Deutsche Telekom AG

Begeisterte Teilnehmer über dieses Seminar:

- ✓ „Hilfreich, um Kennzahlen in die Unternehmenskommunikation einzuführen und die entscheidenden Schritte in diesem Bereich einzuleiten.“
- ✓ „Für zielorientiertes Kommunikationscontrolling bietet das Seminar von Management Circle nicht nur interessante Perspektiven, sondern auch das Handwerkzeug.“

Ihr Termin:
3. und 4. Mai 2012 in München

Hoher Lernerfolg durch
begrenzte Teilnehmerzahl!

MANAGEMENT CIRCLE[®]
BILDUNG FÜR DIE BESTEN

Melden Sie sich jetzt an! Telefon-Hotline: 0 61 96/47 22-700

So messen und bewerten Sie den Erfolg Ihrer Kommunikationsmaßnahmen



Ihr Seminarleiter:
Prof. Dr. Ansgar Zerfuß, Professor für Kommunikationsmanagement,
Universität Leipzig, Institut für Kommunikations- und Medienwissenschaft, Leipzig

Herzlich willkommen

- Begrüßung und kurze Vorstellungsrunde
- Darstellung der Themen des Seminars
- Abgleich mit Ihren Erwartungen als Teilnehmer

Status Quo des Kommunikations-Controllings

- Rahmenbedingungen und Anforderungen: Was erwarten Management, Controlling und Wirtschaftsprüfer von der Kommunikation?
- Das Problem der Zurechenbarkeit: Konventionen und Vereinbarungen
- Begriffsklärung – Was sind Messgrößen, Kennzahlen, KPIs?
- Warum sind Kennzahlen wichtig und notwendig? Was können sie leisten und was nicht?
- Zum Stand der Branchendiskussion
- Effizienz und Effektivität – die Landkarte der Unternehmenskommunikation

Wie lassen sich Kommunikationsleistungen bewerten?

- Die wichtigsten Kennzahlen zu Qualität und Prozessen, Kosten und Zeitaufwand
- Die interne Kundenzufriedenheit – Wie bewerten die Auftraggeber die Qualität der Unternehmenskommunikation?
- Projektgenaue Kostenallokation und interne Leistungsverrechnung
- Erfassung von Ressourcen und Zeitaufwand
- Nutzwertanalyse und Kosten-Wirksamkeits-Analyse
- Berechnung des ROI

Evaluation von Instrumenten und Maßnahmen: Top-Kennzahlen nach Kommunikationskanälen

- Quantitative und qualitative Methoden im Überblick
- Die Top-Kennzahlen nach Kommunikationskanälen (mit Kennzahlensammlung)
- Evaluation von Messen und Events
- Bewertung von Publikationen

Clippings, Pressespiegel & Co.: medienbezogene Evaluationsmethoden

- Medien-Monitoring, Clippings und Pressespiegel: Basis für die Analyse
- Zentraler Baustein des Kommunikations-Controllings: die Medienresonanzanalyse
- Die Top-Kennzahlen für Medienarbeit
- Neue Möglichkeiten und Tools im Internet
- Zusammenarbeit mit Dienstleistern: Kosten und Zeitaufwand

Twitter, Facebook, Blogs & Co.: Kennzahlen für die Online-Kommunikation und das Social Web

- Bedeutung des Social Web
- Online-Monitoring: Anbieter und Tools
- Logfiles, Proxis, Cookies – die Nutzung der Website nachvollziehen
- Die Website optimieren: Nutzerbefragungen und Usability-Tests in der Praxis
- Steuerung von Online-Kampagnen
- Twitter, Blogs, Foren, Communities: Evaluation von Web 2.0-Aktivitäten
- Bewertung von Multiplikatoren im Social Web

Markt- und Meinungsforschung: publikumsbezogene Evaluationsmethoden

- Wie Kommunikationsmanager die Instrumente der Markt- und Meinungsforschung nutzen können
- Den Adressaten im Blick: Befragungen, Interviews, Fokusgruppen, Panels
- Analysen von Reputation und Image
- Markenbewertung: Herausforderungen und Praxisbeispiele

Aufbau eines prozessorientierten Kommunikations-Controllings: Der integrierte „Bottom-up“-Ansatz von Union Investment



- Zielsetzung und Aufgabenstellung
- Anforderungen aus dem Tagesgeschäft
- Handlungsfelder und Vorgehensweise
- Medienresonanzanalyse als zentraler Baustein
- Kontaktmanagementsystem als wichtige Prozessunterstützung
- Messgrößen und Kennzahlen im Überblick
- Von der Ergebnismessung zur Prozesssteuerung
- Ausbau des Systems und Stolpersteine
- Erfahrungen zu Zeitaufwand und Kosten



Stefan Kantzenbach
Gruppenleiter Corporate Relations,
Union Asset Management Holding AG,
Frankfurt/M.

Get-Together

Ausklang des ersten Seminartages in informeller Runde. **Management Circle** lädt Sie zu einem kommunikativen Umtrunk ein. Entspannen Sie sich in angenehmer Atmosphäre und vertiefen Sie Ihre Gespräche mit den Referenten und Teilnehmern!

So steuern Sie Ihre Unternehmenskommunikation noch effizienter



Ihr Seminarleiter:
Christoph Lautenbach, Geschäftsführender Partner,
Lautenbach Sass Unternehmensberater für Kommunikation, Frankfurt/M.

Es geht weiter

- Überleitung zu den Themen des zweiten Tages
- Klärung offener Fragen vom Vortag

Unternehmenskommunikation als Werttreiber managen

- Wertschöpfung durch Kommunikation – Wie Kommunikation wirkt und wie sich das finanziell auszahlt
- Wirkungsstufen Wahrnehmung und Wissen, Einstellungen und Verhalten, betriebswirtschaftliche Zielerreichung
- Ursache-Wirkungsbeziehungen von Kommunikation
- Verknüpfung von Unternehmens- und Kommunikationsstrategie: von den Top-Zielen des Unternehmens zu den KPIs für Kommunikation

Kommunikations-Audit und Portfolioanalyse: Mit einer Standortbestimmung anfangen

- Kommunikations-Audit: Bestandsaufnahme von Leistung und Wirkung der Unternehmenskommunikation
- Portfolioanalyse: die Produkte der Unternehmenskommunikation auf dem Prüfstand
- Benchmarking: aus dem Vergleich mit den Peers lernen

Organisation und Implementierung eines kennzahlenbasierten Steuerungssystems im eigenen Unternehmen

- „Controlling Readiness“: Voraussetzungen für die Einführung
- Aufbau und Struktur eines Kennzahlensystems
- Auswahl der Kennzahlen
- Communication Scorecards in der Praxis (mit Excel-Tool)
- Organisatorische Zuordnung, Regelung von Zuständigkeiten und Verantwortlichkeiten
- Festlegung des Workflows – Daten in einem einheitlichen Prozess erheben und auswerten
- Schrittweise Einführung von Evaluationsmethoden und Anpassung an die eigenen Bedürfnisse



Das Communication Performance Management der Deutschen Telekom



- Zielableitung und Anbindung an die Unternehmensstrategie
- Erfolgsfaktoren für die Einführung eines Steuerungssystems
- Beispiele für KPIs und Kennzahlen
- Communication Dashboards und Reporting für verschiedene interne Zielgruppen
- Praktische Erfahrungen und Lessons Learned bei der Implementierung



Peter Rutz
Leiter Communication Performance und Eventstrategie,
Deutsche Telekom AG,
Bonn

Verbessertes Reporting und Präsentation von PR-Erfolgen

- Empfängerorientiertes Reporting – immer an die Leser denken
- Struktur und Aufbau von Berichten
- Visualisierung von Erfolgen: Wie man die eigene Leistung anschaulich präsentiert
- Rechtfertigung und Durchsetzung von Budgets gegenüber Management und Controlling

Aktuelle Trends zur Steuerung und Bewertung von Kommunikation

- Immaterielle Vermögenswerte bilanzieren: Rechtliche Möglichkeiten nach HGB und IAS, methodische Herausforderungen, Spezialfall Due Diligence
- Wissensbilanz
- Modelling: Was wäre wenn?
- Organisationsentwicklung und Prozessoptimierung als neue Handlungsfelder des Kommunikationsmanagements

Bitte beachten Sie auch unser Seminar

Innovationskommunikation

2. Mai 2012 in München

Nähere Informationen gibt Ihnen gerne **Carolina Ihrig**
Tel.: 0 61 96/47 22-700, Fax: 0 61 96/47 22-888,
E-Mail: kundenservice@managementcircle.de

Seminarzeiten

Am 1. Seminartag: Empfang mit Kaffee und Tee,
Ausgabe der Seminarunterlagen ab 8.45 Uhr

	Beginn des Seminartages	Business Lunch	Ende des Seminartages
1. Seminartag	9.30 Uhr	13.00 Uhr	ca. 18.00 Uhr
2. Seminartag	9.00 Uhr	12.30 Uhr	ca. 17.30 Uhr

Am Vormittag und Nachmittag ist in Absprache jeweils eine
Kaffee- und Teepause eingeplant.

Warum dieses Seminar wichtig für Sie ist

Die Bedeutung von **Kommunikation als strategischer Erfolgsfaktor** in Unternehmen wächst. Ihre Herausforderung in der Unternehmenskommunikation liegt darin, den Wertbeitrag Ihrer Kommunikationsmaßnahmen noch stärker nachzuweisen.

Um den **Erfolg Ihrer Unternehmenskommunikation** zu belegen sowie Budgets und Kosten zu begründen und zu verteidigen, brauchen Sie **aussagekräftige Kennzahlen**. Zudem helfen Ihnen sinnvolle Kennzahlensysteme dabei, Ihre **Kommunikationsarbeit** weitaus **effektiver zu steuern**.

Was Sie hier lernen

In diesem Intensiv-Seminar lernen Sie, wie Sie die **wichtigsten operativen** und **strategischen Kennzahlen** ermitteln und erfolgreich mit ihnen arbeiten.

Die Experten stellen Ihnen **neue, kennzahlengestützte Management-Systeme** für die Kommunikation vor und diskutieren gemeinsam mit Ihnen die **aktuellen Trends** im Kommunikations-Controlling.

Ihre Themen auf einen Blick

- Von den Unternehmenszielen zu den **Key Performance Indicators für die Kommunikation**
- Die wichtigsten Kennzahlen zur **Evaluation Ihrer Kommunikationsmaßnahmen**
- **Neue Möglichkeiten** der **Medienresonanzanalyse**
- Evaluation von **Social Web-Aktivitäten** und Steuerung von **Online-Kampagnen**
- Methoden zur Analyse von **Reputation** und **Image**
- Optimierung von **Kennzahlen-Systemen**
- Aufbau von **Reportings** zur **Visualisierung** der **Kommunikations-Erfolge**

Ihr Praxis-PLUS

- Viele **Übungen**, Fallstudien und **Excel-Sheets**
- Zwei ausführliche **Erfahrungsberichte** der **Deutschen Telekom** und **Union Investment**
- **Renommierte Experten** als Referenten

Sie haben noch Fragen? Gerne!

Rufen Sie mich bitte an oder schreiben Sie mir eine E-Mail. Gerne berate ich Sie persönlich und beantworte Ihre Fragen zur Veranstaltung.



Julia Staudt

Senior Projektmanagerin

Tel.: 0 61 96/47 22-619

E-Mail: julia.staudt@managementcircle.de

Stefan Kantzenbach ist als Gruppenleiter Corporate Relations bei der **Union Asset Management Holding AG** in Frankfurt/M. neben CSR-Engagement und Corporate Communications auch mit der Entwicklung und Implementierung eines tragfähigen Steuerungssystems für die drei Leistungsbereiche Öffentlichkeitsarbeit, Veranstaltungsmanagement und Corporate/Internal Communications betraut. Vor seiner Tätigkeit bei Union Investment arbeitete er bei namhaften PR-Agenturen für verschiedene Branchen.

Christoph Lautenbach ist Geschäftsführender Partner von **Lautenbach Sass** in Frankfurt/M. Seine Arbeitsschwerpunkte sind Strategieberatung, Prozessoptimierung und Steuerungslösungen für die Unternehmenskommunikation. Mit seinem langjährigen Know-how unterstützt er Konzerne, Mittelständler und öffentliche Organisationen. Christoph Lautenbach ist zudem Lehrbeauftragter an der Universität Mainz für das Thema „PR-Erfolgskontrolle“.

Peter Rutz ist Leiter Communication Performance und Eventstrategie bei der **Deutsche Telekom AG** in Bonn. Im Rahmen der kaufmännischen Leitung des Kommunikations- und Marketing-Bereichs verantwortet er unter anderem das Kommunikations-Controlling. Zuvor war Peter Rutz bei der KPMG Consulting AG als Unternehmensberater und in diversen anderen verantwortlichen Funktionen im Finanzbereich des Konzerns tätig.

Prof. Dr. Ansgar Zerfaß ist Professor für Kommunikationsmanagement an der **Universität Leipzig**. Er ist Herausgeber des Portals *communicationcontrolling.de* und des „International Journal of Strategic Communication“ (USA). Das Themenfeld Kommunikations-Controlling bearbeitet Professor Zerfaß seit längerem auf nationaler Ebene und im internationalen Rahmen. Er hat zahlreiche Veröffentlichungen zum Thema verfasst und betreut zudem als Lead Researcher den jährlich erhobenen „European Communication Monitor“ zu Trends im Kommunikationsmanagement.

AKTUELL UND AUF DEN PUNKT!

Nutzen Sie unseren E-Mail-Service, um zeitgemäß Ihre Top-Themen bequem per E-Mail zu erhalten.

Ihr persönliches Profil verwalten Sie unter:

www.managementcircle.de/email



AUCH ALS INHOUSE TRAINING

So individuell wie Ihre Ansprüche – Inhouse Trainings nach Maß!

Zu diesen und allen anderen Themen bieten wir auch firmeninterne Schulungen an. Ihre Vorteile: Kein Reiseaufwand – passgenau für Ihren Bedarf – optimales Preis-Leistungsverhältnis!

Ich berate Sie gerne und erstelle Ihnen ein individuelles Angebot. Rufen Sie mich an.



Dirk Gollnick

Tel.: 0 61 96/47 22-646

E-Mail: gollnick@managementcircle.de

www.managementcircle.de/inhouse



3 gute Gründe, dieses Seminar zu besuchen

- 1) Sie lernen, wie Sie mit geeigneten **Kennzahlen** Ihre **Kommunikationsarbeit** erfolgreich **messen, bewerten** und **steuern**.
- 2) Die Experten zeigen Ihnen aktuelle Trends und **neue kennzahlen-gestützte Management-Systeme** für die Unternehmenskommunikation.
- 3) Sie lernen **neue Möglichkeiten** und **Tools** für die Bewertung und Steuerung Ihrer Kommunikationsmaßnahmen in **Web 2.0** und **Social Media** kennen.

Wer sollte teilnehmen?

Das Intensiv-Seminar richtet sich an **Fach- und Führungskräfte** aus den Bereichen **Unternehmenskommunikation, Public Relations, Öffentlichkeitsarbeit, Presse, Kommunikation und Marketing** aus **Unternehmen aller Branchen**. Ebenso angesprochen sind **Verantwortliche aus PR- und Kommunikationsagenturen**.

Termin und Veranstaltungsort

3. und 4. Mai 2012 in München

Novotel München Messe
Willy-Brandt-Platz 1
81829 München
Tel.: 089/99400-0
Fax: 089/99400-100
E-Mail: H5563-SB@accor.com

Zimmerreservierung

Für unsere Seminarteilnehmer steht im Tagungshotel ein begrenztes Zimmerkontingent zum Vorzugspreis zur Verfügung. Nehmen Sie die **Reservierung bitte rechtzeitig selbst direkt im Hotel** unter Berufung auf Management Circle vor. Die Anfahrtsskizze erhalten Sie zusammen mit der Anmeldebestätigung.

Mit der Deutschen Bahn **ab € 99,-** zur Veranstaltung.
Infos unter:

www.managementcircle.de/bahn



Über Management Circle



Als anerkannter Bildungspartner und Marktführer im deutschsprachigen Raum vermittelt Management Circle **WissensWerte** an Fach- und Führungskräfte. Mit seinen 200 Mitarbeitern und jährlich etwa 3000 Veranstaltungen sorgt das Unternehmen für berufliche Weiterbildung auf höchstem Niveau. Weitere Infos zur *Bildung für die Besten* erhalten Sie unter www.managementcircle.de

So melden Sie sich an

Bitte einfach die Anmeldung ausfüllen und möglichst bald zurücksenden oder per Fax, Telefon oder E-Mail anmelden. Sie erhalten eine Bestätigung, sofern noch Plätze frei sind – andernfalls informieren wir Sie sofort. Die Anmeldungen werden nach Reihenfolge der Eingänge berücksichtigt.

Die Teilnahmegebühr für das zweitägige Seminar beträgt inkl. Business Lunch, Erfrischungsgetränken, Get-Together und der Dokumentation € 1.895,-. Nach Eingang Ihrer Anmeldung erhalten Sie eine Anmeldebestätigung und eine Rechnung. Sollten mehr als zwei Vertreter desselben Unternehmens an der Veranstaltung teilnehmen, bieten wir **ab dem dritten Teilnehmer 10% Preisnachlass**. Bis zu zwei Wochen vor Veranstaltungstermin können Sie kostenlos stornieren. Danach oder bei Nichterscheinen des Teilnehmers berechnen wir die gesamte Tagungsgebühr. Die Stornierung bedarf der Schriftform. Selbstverständlich ist eine Vertretung des angemeldeten Teilnehmers möglich. Alle genannten Preise verstehen sich zzgl. der gesetzlichen MwSt.

Kommunikationserfolge messen, bewerten und steuern ws

Ich/Wir nehme(n) teil am:

3. und 4. Mai 2012 in München

05-71371

1 Name/Vorname

Position/Abteilung

2 Name/Vorname

Position/Abteilung

3 Name/Vorname

Position/Abteilung

Firma

Straße/Postfach

PLZ/Ort

Telefon/Fax

@ E-Mail

Datum

Unterschrift

Ansprechpartner/in im Sekretariat:

Anmeldebestätigung bitte an:

Abteilung

Rechnung bitte an:

Abteilung

Mitarbeiter: BIS 100 100-200 200-500 500-1000 ÜBER 1000

Datenschutzhinweis

Die Management Circle AG und ihre Dienstleister (z.B. Lettershops) verwenden die bei Ihrer Anmeldung erhobenen Angaben für die Durchführung unserer Leistungen und um Ihnen Angebote zur Weiterbildung auch von unseren Partnerunternehmen aus der Management Circle Gruppe per Post zukommen zu lassen. Unsere Kunden informieren wir außerdem telefonisch und per E-Mail über unsere interessanten Weiterbildungsangebote, die den vorher von Ihnen genutzten ähnlich sind. Sie können der Verwendung Ihrer Daten für Werbezwecke selbstverständlich jederzeit gegenüber Management Circle AG, Postfach 56 29, 65731 Eschborn, unter datenschutz@managementcircle.de oder telefonisch unter 06196/4722-500 widersprechen oder eine erteilte Einwilligung widerrufen.

Anmeldung/Kundenservice

Telefon: **+49 (0) 61 96/47 22-700**

Fax: **+49 (0) 61 96/47 22-999**

E-Mail: **anmeldung@managementcircle.de**

Internet: **www.managementcircle.de/05-71371**

Postanschrift: **Management Circle AG
Postfach 56 29, 65731 Eschborn/Ts.**

Telefonzentrale: **+49 (0) 61 96/47 22-0**

