



Strategische Kommunikationssteuerung in der Commerzbank

1. Tagung „Strategie und Kommunikationscontrolling“

Deutsche Presseakademie, 20. Februar 2014, Quadriga Forum Berlin

Agenda

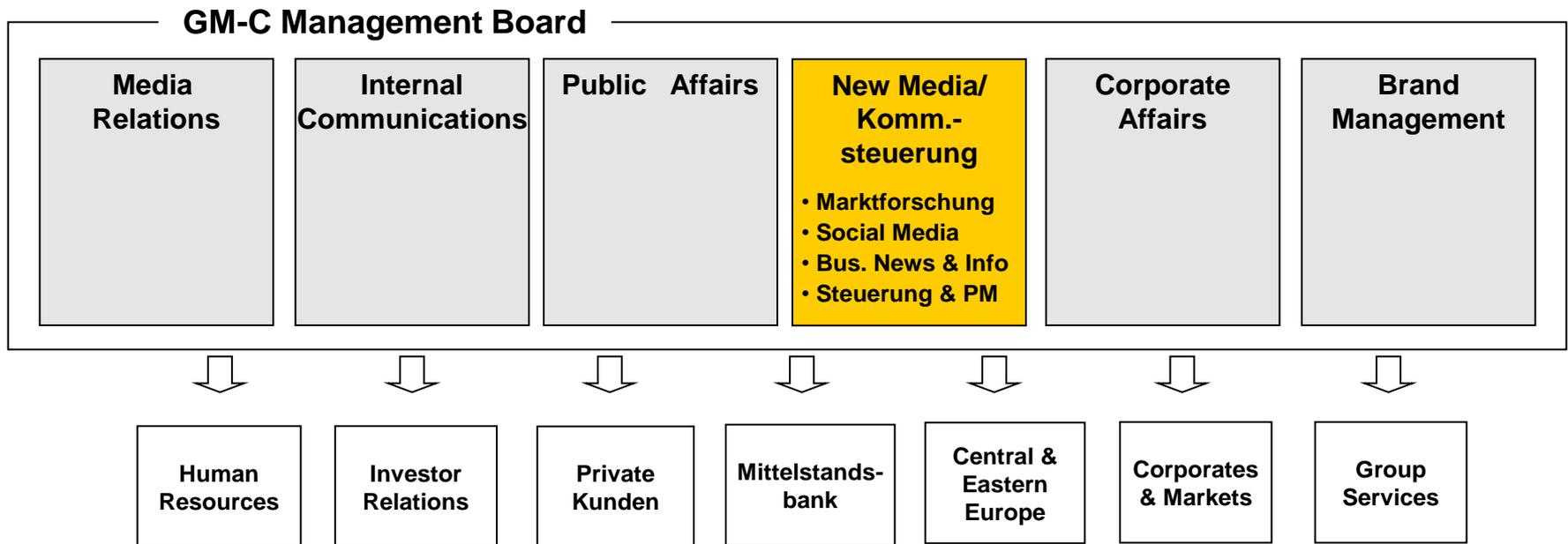
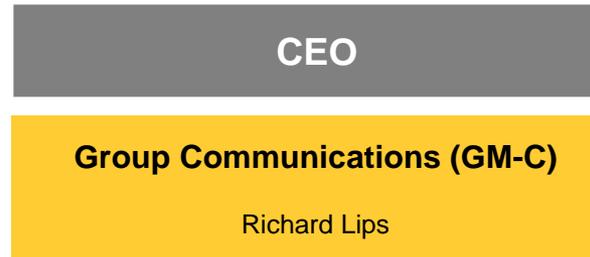
Kommunikation in der Commerzbank

Beobachtung und Wirkungsanalyse

Strategische Kommunikationsplanung

Erfolgsfaktoren

Alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach; enge Anbindung an CEO als ein Erfolgsfaktor



Klar definierter Global Functional Lead für die Unternehmenskommunikation



Agenda

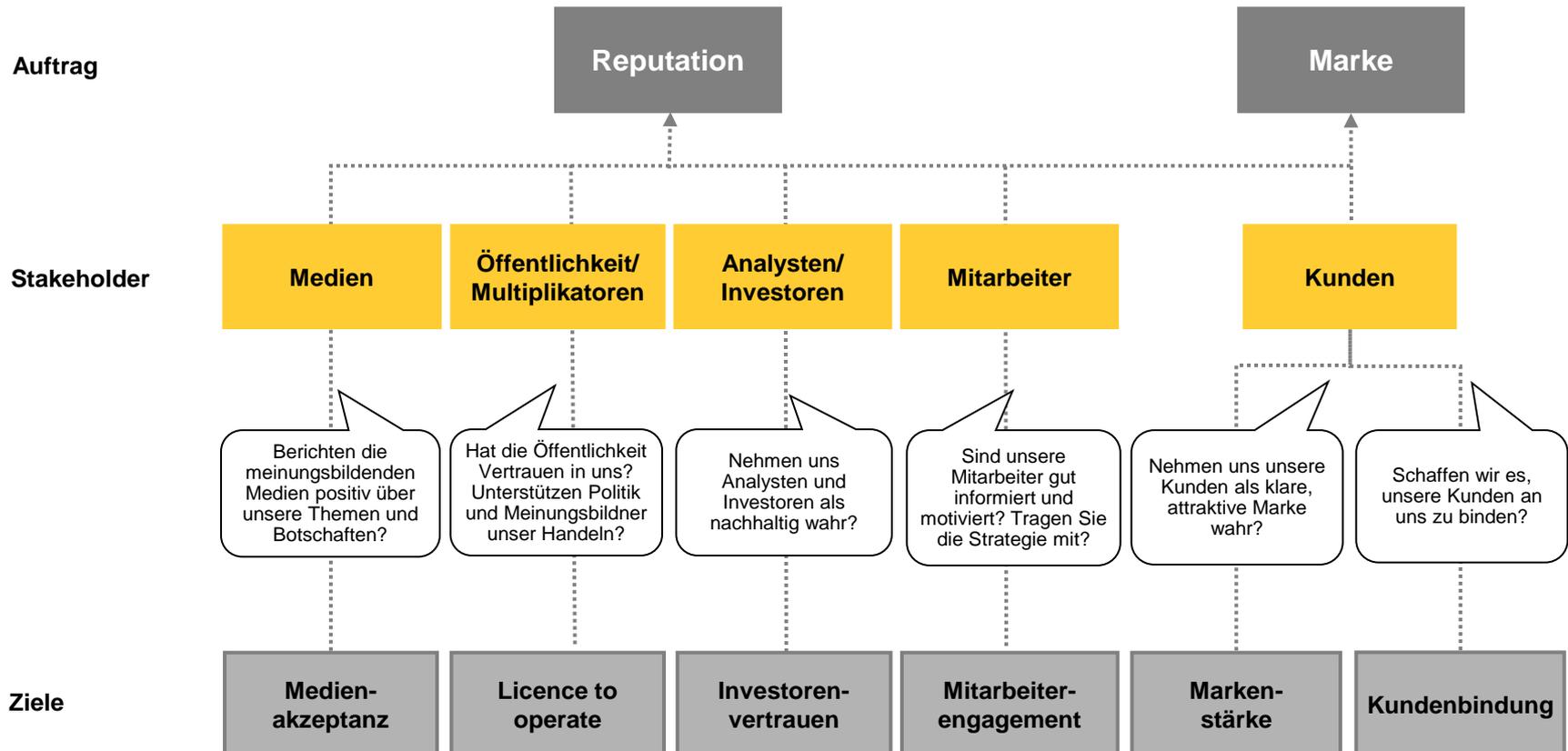
Kommunikation in der Commerzbank

Beobachtung und Wirkungsanalyse

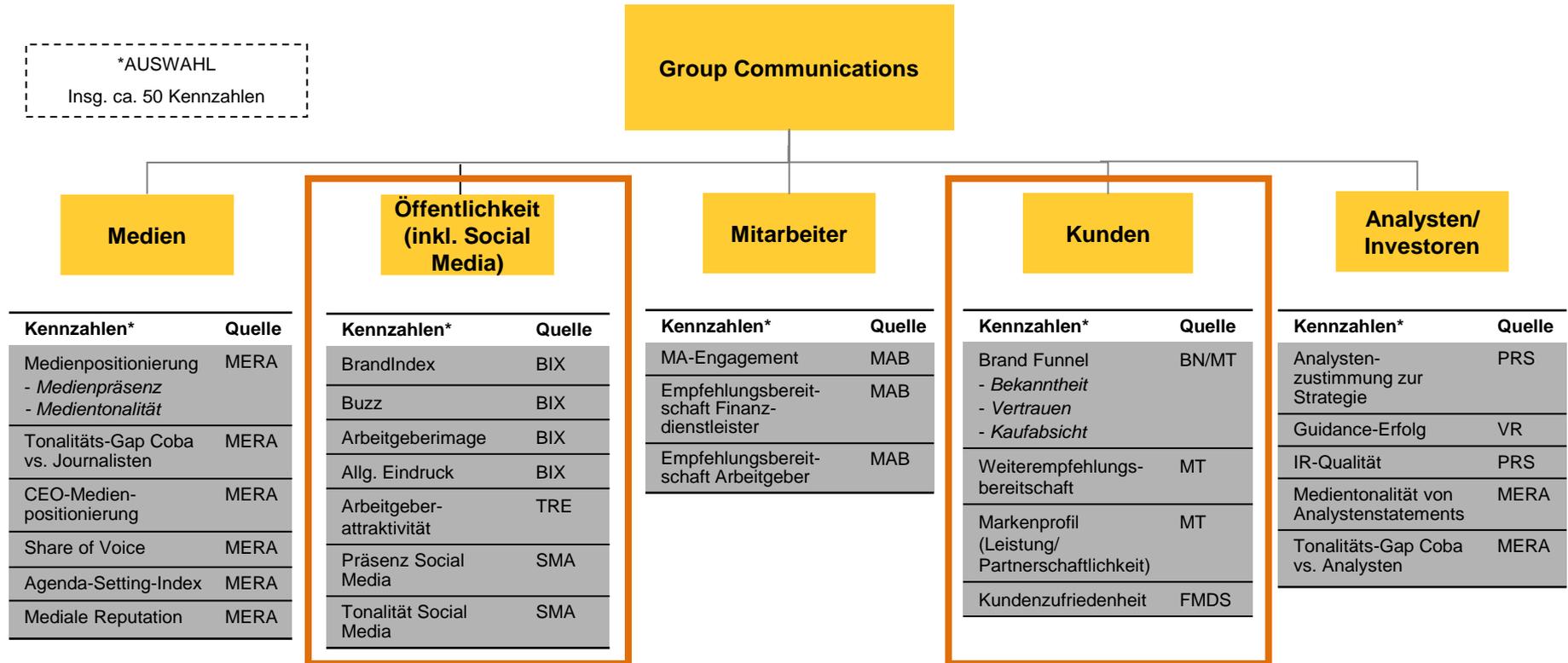
Strategische Kommunikationsplanung

Erfolgsfaktoren

Das Steuerungssystem ist auf die relevanten Stakeholder ausgerichtet



Die Resonanz auf unsere Kommunikationsaktivitäten wird mit ausgewählten Kennzahlen messbar, bewertbar und transparent



Quellen:

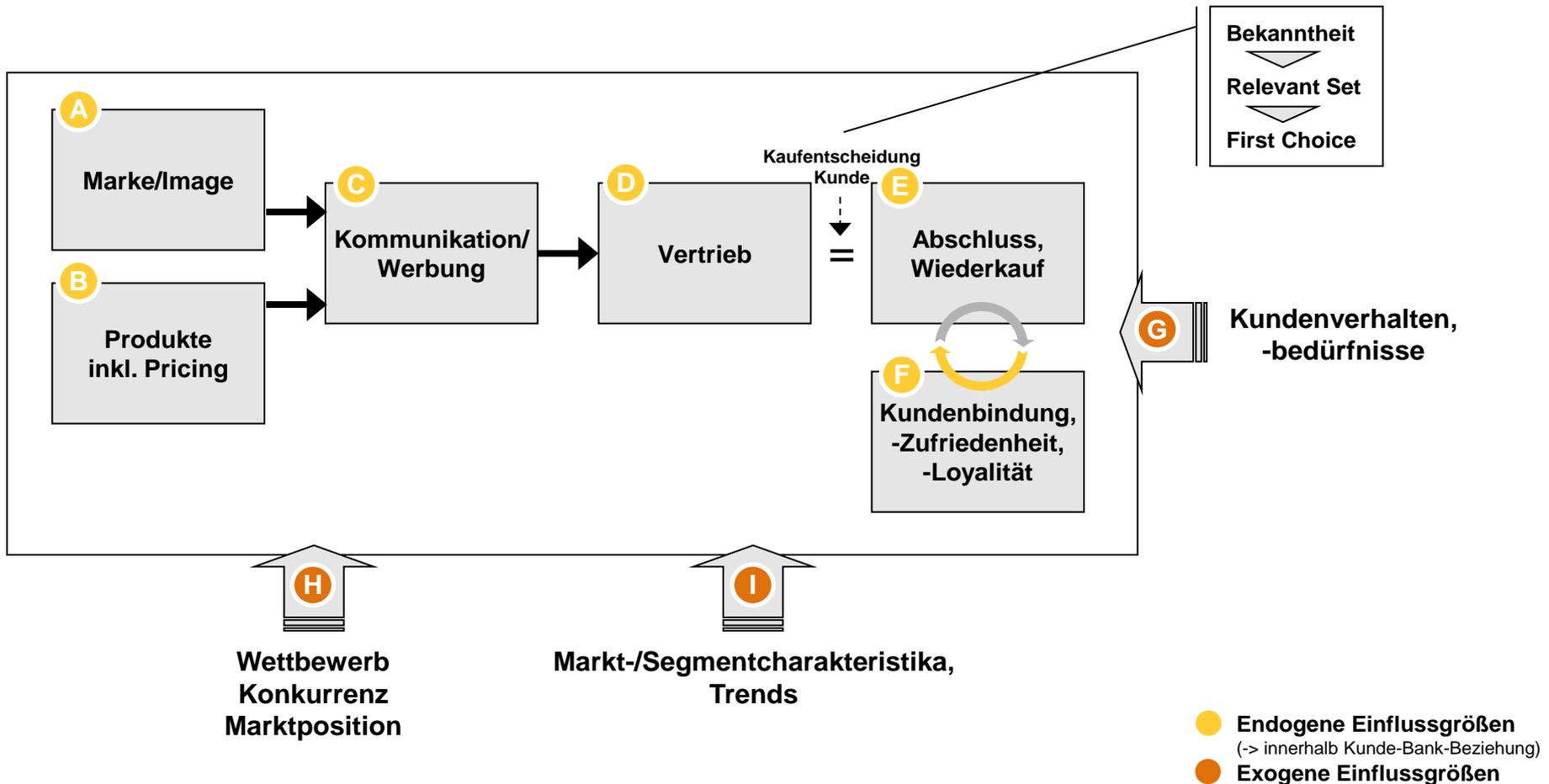
NERA: Medienresonanzanalyse; SMA: Social Media Analyse; PRS: Perception Research Study; VR: Vara Research; MAB: Mitarbeiterbefragung; BN: Brand-Navigator; MT: Markentracking; FMDS: Finanzmarkt-Datenservice; BIX: YouGov BrandIndex; TRE: Trendance

Clusterung der Marktforschungsbedarfe auf fünf Forschungsfelder

Forschungsfelder Marktforschung



Ganzheitlicher Marktforschungsansatz mit Fokus auf Kunde-Bank-Beziehung und in Anlehnung an aktuelle Ausrichtung der Commerzbank



Aktuelle Umsetzung Beobachtung und Wirkungsanalyse

1. Controlling/Reporting für die Gesamtbank



2. Identifizieren von Stärken und Schwächen



3. Ableitung Handlungsfelder und -empfehlungen aus Sicht Beobachtung und Wirkungsanalyse



4. Finale Verankerung in strategischen Prozessen der Gesamtbank



Agenda

Kommunikation in der Commerzbank

Beobachtung und Wirkungsanalyse

Strategische Kommunikationsplanung

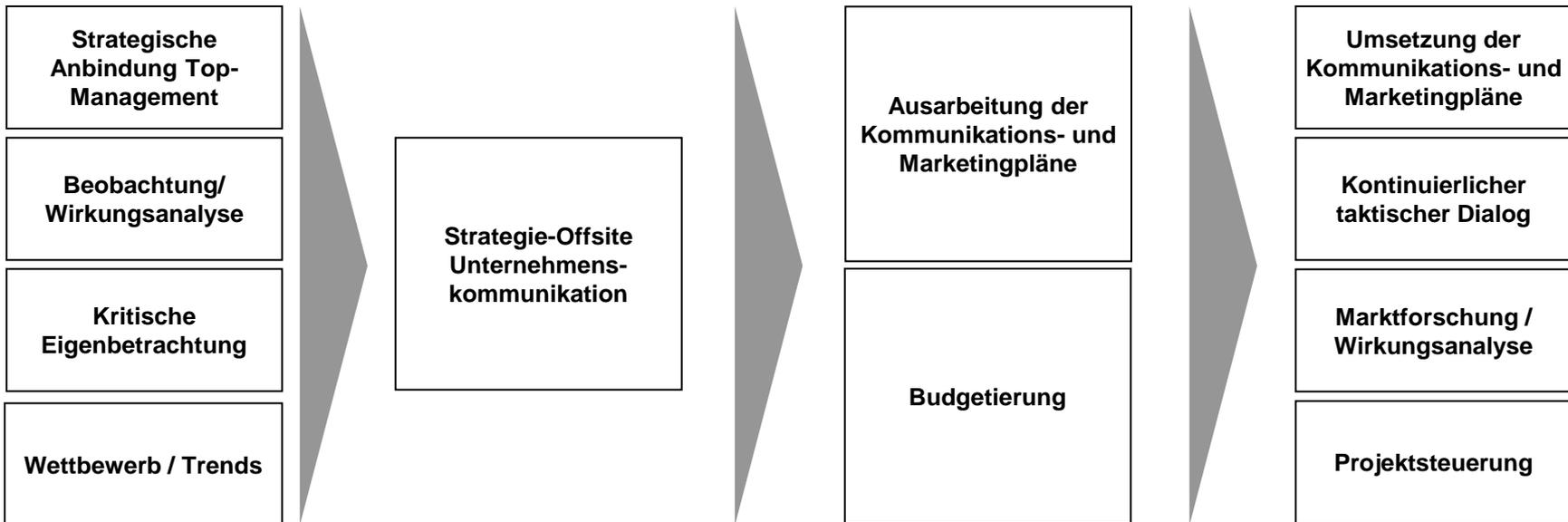
Erfolgsfaktoren

Rollierender Jahresprozess für eine konzernweite, integrierte Kommunikationsplanung und Operationalisierung

Strategieentwicklung

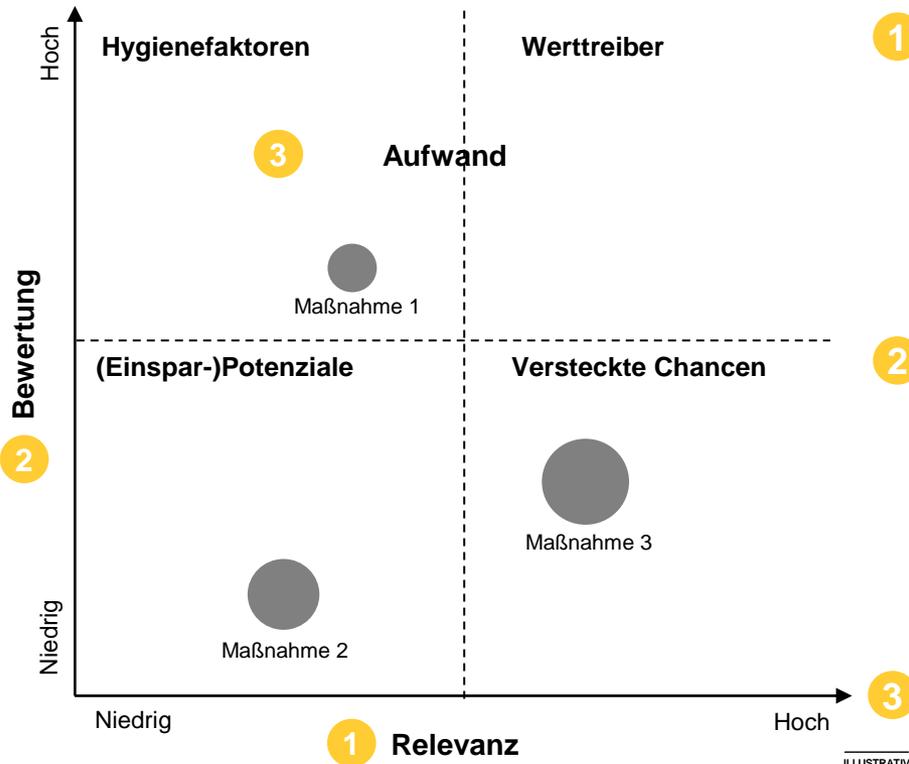
Operationalisierung

Umsetzung & Adjustierung



Effektivität & Effizienz Programm
(alle zwei Jahre)

Effektivität und Effizienz: Bewertung aller Produkte und Dienstleistungen der Unternehmenskommunikation



- 1 Relevanz: Warum machen wir es?**
- | | |
|----------------------------|---|
| 1. Positionierungsbezug | Wie stark unterstützt die Maßnahme bei der Positionierung? |
| 2. Zielausrichtung | Wie stark unterstützt die Maßnahme bei der Geschäftsauftragserfüllung? |
| 3. Stakeholderorientierung | Wie stark orientiert sich die Maßnahme an Interessen und Erwartungen unserer Zielgruppen? |

- 2 Bewertung: Wie gut sind wir?**
- | | |
|-----------------------------------|--|
| 1. Maßnahmenqualität | Wie gut ist die umgesetzte Maßnahme bzw. das erstellte Kommunikationsprodukt/Dienstleistung? |
| 2. Prozessqualität | Wie gut und stabil läuft der Prozess für die Leistungserstellung bzw. Maßnahmenumsetzung? |
| 3. Angemessenheit für die Aufgabe | Ist der Aufwand angemessen für die erbrachte Leistung? |

- 3 Ggf. Ressourcenbedarf: Wie groß ist der Aufwand?**
-  = niedriger Sachkosten und Personalaufwand
 -  = mittlerer Sachkosten- und Personalaufwand
 -  = hoher Sachkosten- und Personalaufwand

ILLUSTRATIV

Maßnahme	Relevanz	Bewertung	Ressourcenbedarf
Thema 1	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Thema 2	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Thema 3	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10
Thema 4	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10	1 2 3 4 5 6 7 8 9 10

* Clustering abhängig vom Bereich

Agenda

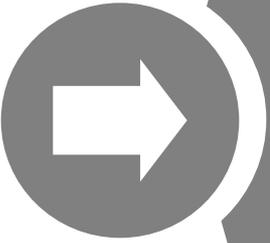
Kommunikation in der Commerzbank

Beobachtung und Wirkungsanalyse

Strategische Kommunikationsplanung

Erfolgsfaktoren

Erfolgsfaktoren der Unternehmenskommunikation

- 
- › **Alle Kommunikationsdisziplinen unter einem Dach**
 - › **Übergreifende Steuerung aller Kommunikations- und Marketingaktivitäten**
 - › **Klar definierter und gelebter Global Functional Lead**
 - › **Ganzheitliche Beobachtung und Wirkungsanalyse**
 - › **Stakeholderorientiertes Planungs- und Steuerungssystem**
 - › **Regelmäßiger strategischer und taktischer Dialog**

Vielen Dank.

Harald Stender

**Bereichsleiter New Media / Kommunikationssteuerung
Group Communications**

Tel. +49 69 136-23013
Fax +49 69 136-53013
Mail harald.stender@commerzbank.com

Zentrale
Kaiserplatz
Frankfurt am Main
www.commerzbank.de

Postfachanschrift
60261 Frankfurt am Main
Tel. +49 69 136-20
Mail info@commerzbank.com