

Nach dem Shutdown:

Kommunikationsstrategien für erfolgreichen Corona-Exit



Jetzt, wo das Wirtschaftsleben nach dem Shutdown schrittweise anspringt, muss auch die Unternehmenskommunikation wieder durchstarten. Doch wie können Kunden, Investoren, Geschäftspartner und Mitarbeiter jetzt am besten erreicht werden? Messen sind abgesagt, Printmedien legen Ausgaben zusammen, im persönlichen Kontakt heißt es nach wie vor, auf Abstand zu bleiben – Corona hat die traditionellen Kommunikationsformen massiv beeinträchtigt. Hingegen boomen digitale Formate wie Videochats und virtuelle Konferenzen.

Potenziale ausschöpfen mit eigenen Kommunikationskanälen

Um aus der Talsohle heraus schnell wieder nach oben zu wachsen, brauchen Unternehmen mehr denn je eigene digitale Plattformen wie Online-Magazine, Blogs oder Podcasts. Denn bei der durch die Krise ausgelösten Verunsicherung ist Kommunikation nicht nur als Informations- und Impulsgeber gefordert, sondern auch als Mutmacher und Integrator. Es gilt, Perspektiven aufzuzeigen: Für welche Aufgaben und Herausforderungen gibt es neue Lösungsansätze? Was bewirkt eine Neuausrichtung zum Positiven, etwa durch weitere Geschäftsfelder oder neue digitale Angebote? Unternehmen, die aus der Krise heraus die Kontrolle zurückgewinnen wollen, müssen kommunizieren, um das sich bietende Potenzial voll auszuschöpfen.

Intern wie extern stellt sich die Frage: Wie geht's nach der Krise aufwärts?

- Mitarbeiter müssen informiert und mitgenommen werden bei Veränderungen wie neuen Aufgabenfeldern oder Arbeitszeitmodellen. Denn jede unternehmerische Maßnahme wird nur dann erfolgreich sein, wenn sie von der Belegschaft mitgetragen wird;
- Führungskräfte gilt es zu befähigen, zukunftsfähige Ideen und Strategien an die zugeordneten Mitarbeiter zu kommunizieren;

Kunden & Branchen

Wir sind konzeptions- und umsetzungsstarke Berater für

- börsennotierte Konzerne
- mittelständische Unternehmen
- öffentliche Auftraggeber, Verbände und Stiftungen

Kompetenz & Erfahrung

Wir sind als Agentur für Public Relations

- seit 1992 inhabergeführt mit Sitz in Stuttgart und Büros in München und Berlin
- kompetent in Kommunikationsberatung, Medienarbeit, Krisenkommunikation, Changekommunikation, digitaler und interner Kommunikation

- Bestandskunden brauchen Gewissheit, dass Unternehmen weiterhin als zuverlässige, wettbewerbsfähige Anbieter am Markt sind;
- Neukunden suchen gerade in und nach Krisenzeiten verstärkt nach guten alternativen Lösungen. Damit sie Weichen neu stellen können, müssen sie auf Angebote aufmerksam werden;
- Geschäftspartner können gemeinsam neue Wege beschreiten, um zu wachsen – vorausgesetzt, die Unternehmen wissen voneinander.

Die richtige Strategie im Fokus

Es gibt kein Patentrezept, denn die wirtschaftlichen Folgen von Corona zeigen je nach Branche und Unternehmen ganz unterschiedliche Auswirkungen. Zwingend erforderlich ist deswegen eine auf den Einzelfall zugeschnittene Kommunikation. Als Agentur für Public Relations ist Sympra spezialisiert auf die Entwicklung und Umsetzung von wirkungsvollen Kommunikationsstrategien im B2B-Bereich – auch und gerade in Veränderungsprozessen. Ob für interne oder externe Stakeholder: Der Fokus der PR-Experten liegt immer auf dem passgenauen und an Neuerungen flexibel anpassungsfähigen kommunikativen Handeln. So stellen sie sicher, dass auch in Zeiten von Neustart oder Wandel, von Um- oder Aufschwung alle Kommunikationsmaßnahmen strategisch und inhaltlich effektiv auf die gesteckten Ziele einzahlen.



Ihre Ansprechpartner

Veit Mathauer
veit.mathauer@sympra.de

Veronika Höber
veronika.hoeber@sympra.de

Sympra GmbH (GPRA)
Stafflenbergstraße 32
70184 Stuttgart
Telefon: 0711/9 47 67 - 0