

The background features several overlapping, semi-transparent red triangles and polygons of various sizes and orientations, creating a dynamic, abstract composition on the left side of the slide.

Mitarbeiter als Corporate Influencer für das Content Marketing nutzen

12. Dezember 2018

Ihr Ansprechpartner

Klaus Eck

- Founder & Managing Partner der d.Tales GmbH
- berät seit 20 Jahren Unternehmen zum Digital Business
- Schwerpunkte: Social Media Strategie, Content Strategie, Content Marketing, Online Reputation Management, Leadership 2.0
- Autor mehrerer Fachbücher: Die Content-Revolution im Unternehmen; Corporate Blogs; Karrierefälle Internet; Transparent und glaubwürdig – das perfekte Online Reputation Management für Unternehmen
- 5 Jahre in der Verlagsbranche, u.a. Online-Chef bei W&V
- 44.000 Follower auf Twitter
- Speaker auf zahlreichen Konferenzen

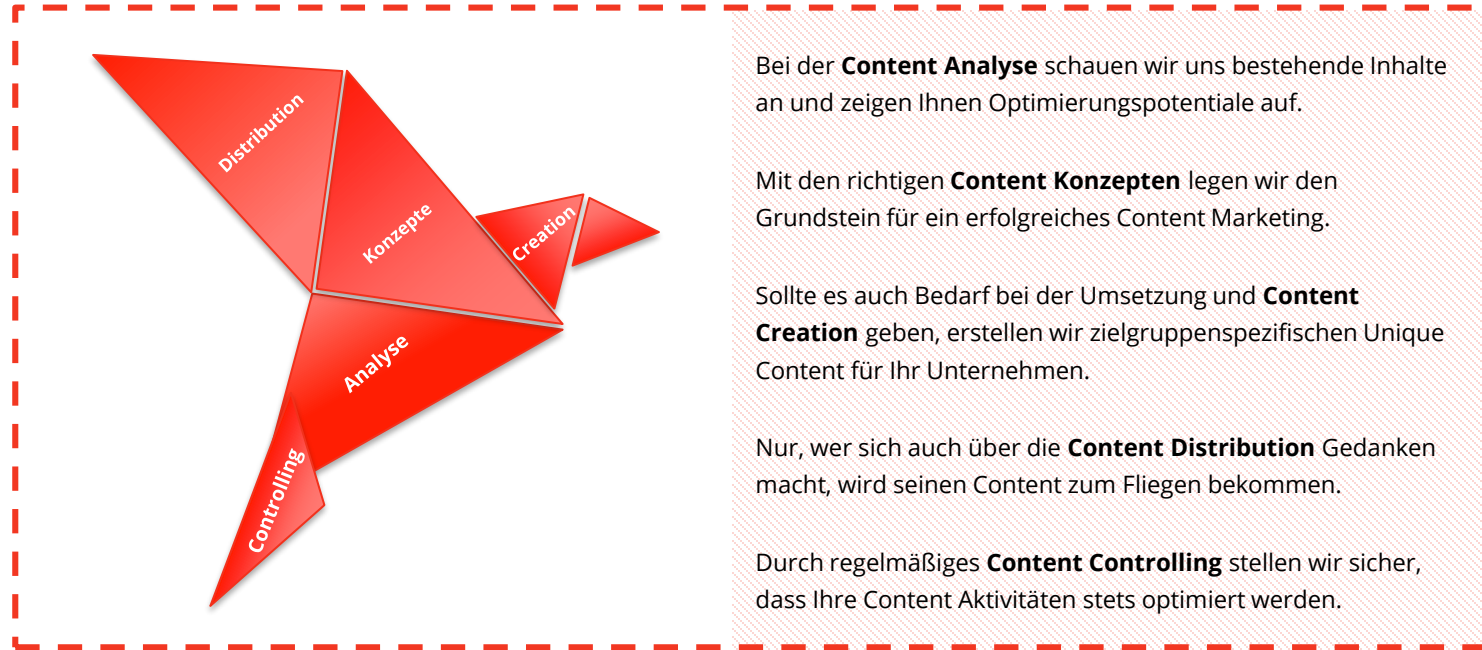


 @klauseck



d.Tales

Bei diesen Themen unterstützen wir gerne



Unternehmen wollen im Netz wahrgenommen werden

Die Probleme

- Owned Media: Websites, Social Media Kanäle
- Wenig Interesse an Corporate Content
- Geringe Sichtbarkeit im Web
- Viel Konkurrenz online
- Wenige Follower in der Social Media Welt
- Fehlende Content Strategie
- Wenig Kommunikation mit Marken



Menschen bevorzugen andere Menschen

Märkte sind Gespräche

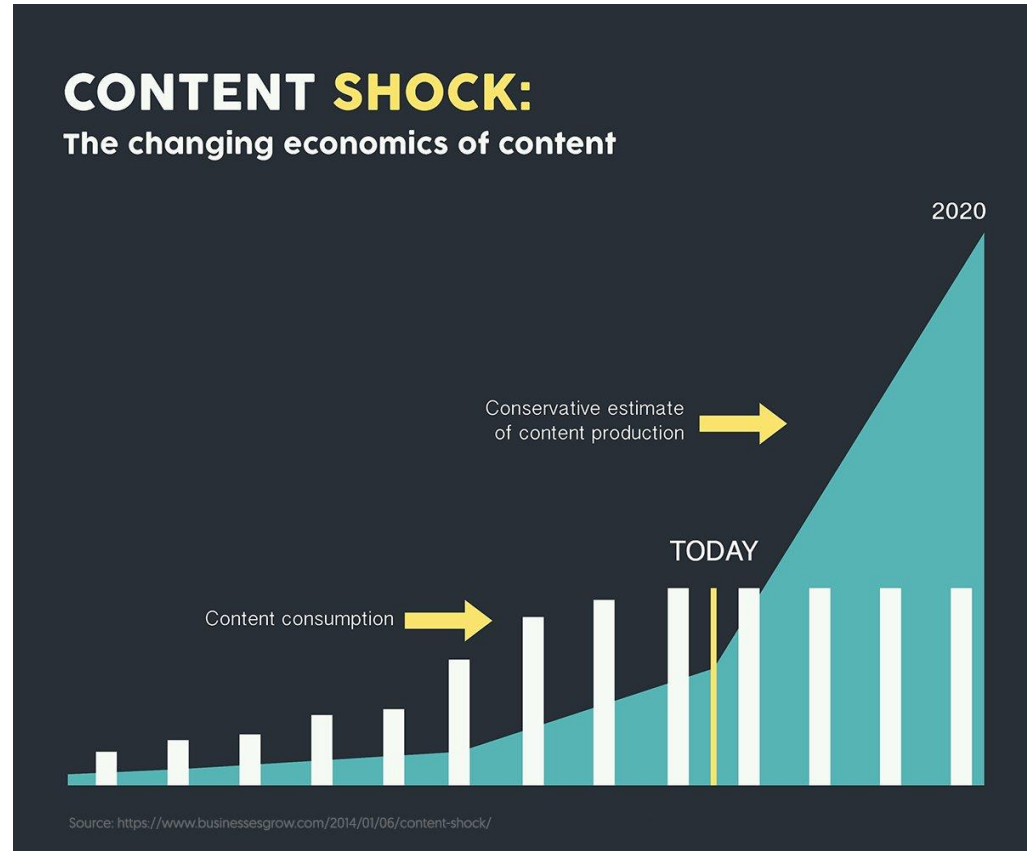
- Menschen mögen keine abstrakten Marken
- Menschen hören auf Empfehlung ihrer Peergroup
- Menschen vertrauen einander
- Menschen gehen in den Dialog mit anderen Menschen
- Menschen wechseln zu Messenger
- Beziehungen sind entscheidend für den Erfolg



Der Content Shock

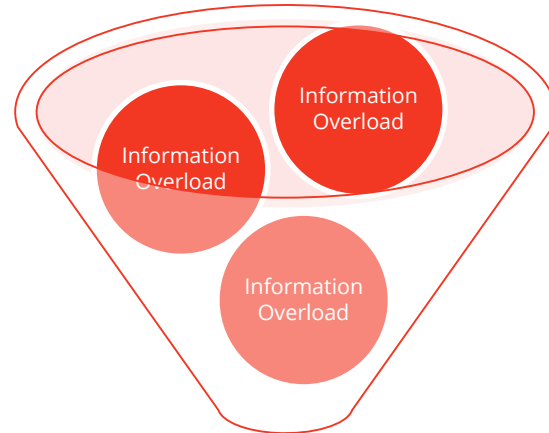
Viel zu viel Content

- Rund 83 Mio. Blogartikel i. M. auf Wordpress-Blogs
- 2011: 181 Mio. Blogs (Nielsen/McKinsey)
- Jede Minute werden auf YouTube 400 Stunden Videomaterial hochgeladen



Der Content Shock

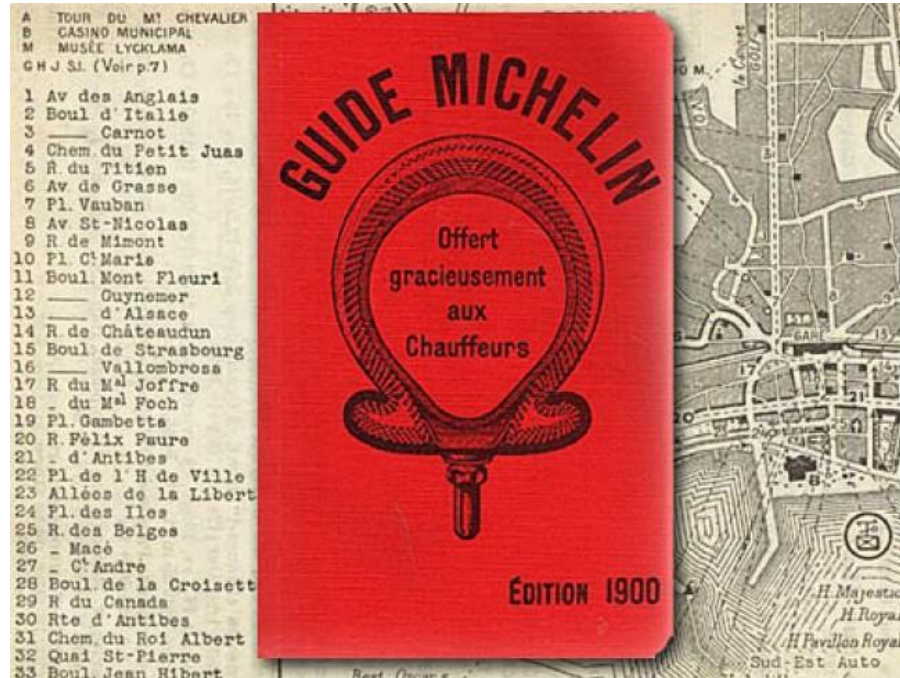
Relevanz und Content Strategie werden immer wichtiger



Relevanter Content muss herausgefiltert werden –
wie am Kiosk bei der Zeitschriftenauswahl

Was ist Content Marketing?

Der Klassiker im Content Marketing: Michelin



Unsere Definition

Content Marketing

Gemeinsam mit euch stellen wir eure Kunden online in den Mittelpunkt. Über Social Media und andere digitale Wege stellen wir sicher, dass ihr sie zur richtigen Zeit am richtigen Ort der Customer Journey für euch gewinnt. Nicht 08/15 und ohne Mehrwert, sondern kreativ, informativ und unterhaltend, damit eure Botschaften im Gedächtnis bleiben und ihr eure Unternehmensziele erfüllt.

Die d.Tales Definition von Content Marketing.

Persönlichkeit wirkt

Beispiel Corporate Influencer bei der LV 1871

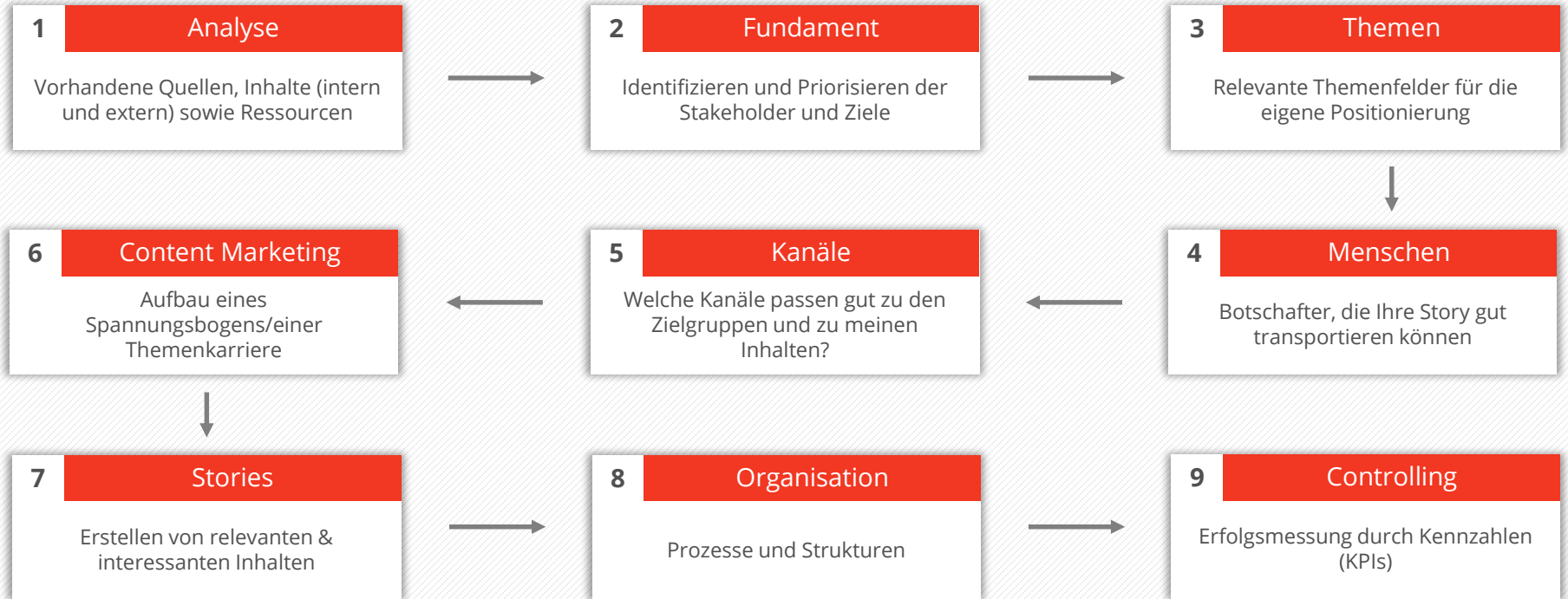
 **Julia Hama** @juliahama · 28. Juni ⌵
"Menschen mögen keine Marken, sondern den Dialog mit Menschen", sagt @klauseck bei @lv1871 #corporateinfluencer

  9  24 

 **LV 1871** @lv1871 · 28. Juni ⌵
Menschen reden lieber mit Menschen - und vertrauen ihnen mehr als Unternehmen - wichtige Basis für #Markenbotschafter #lv1871 @klauseck /as

   2 

d.Tales Framework für eine Content Strategie

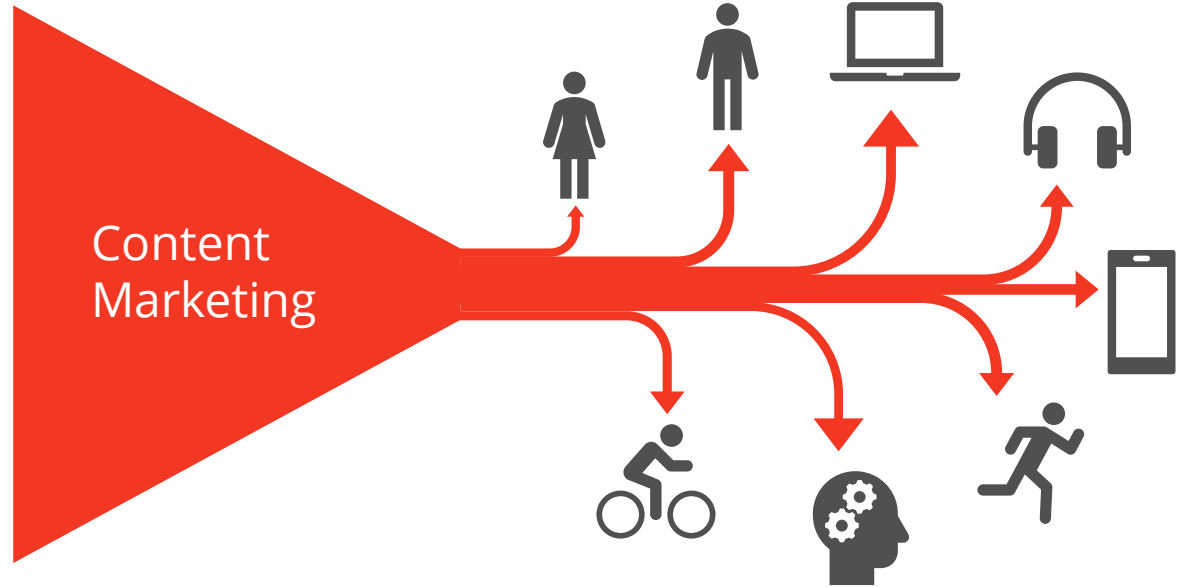




Content Distribution
über Influencer

Zielgruppen erreichen

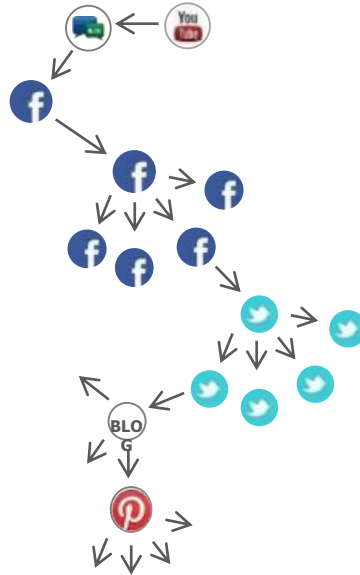
Wen sprechen wir an? Mit welchen Inhalten? In welcher Situation?



Content Distribution

Nutzung der Multiplikatoren zum Seeding eigener Inhalte

- Content Distribution auf den Plattformen
- Community Building: Identifizierung von Bloggern und Journalisten auf den Plattformen und Kontaktaufnahme
- Ausnutzung von Schneeballeffekten durch Vernetzung von Multiplikatoren untereinander



Agenda Setting

Agenda Setting

- **Alte PR:** Pressearbeit über Medien
 - Pressemitteilungen
 - Press Relations
 - Fachartikel
- **Neue PR:** Direkte Öffentlichkeitsarbeit
 - Online-Magazin oder Blog
 - Influencer Relations
 - Social Media



Beispiel: Der Fall Mesut Özil

Persönliche Reichweite: 71 Millionen Follower



Beispiel: Der Fall Mesut Özil

I / III MEETING PRESIDENT ERDOGAN



The past couple of weeks have given me time to reflect, and time to think over the events of the last few months. Consequently, I want to share my thoughts and feelings about what has happened.

Like many people, my ancestry traces back to more than one country. Whilst I grew up in Germany, my family background has its roots firmly based in Turkey. I have two hearts, one German and one Turkish. During my childhood, my mother taught me to always be respectful and to never forget where I came from, and these are still values that I think about to this day.

In May, I met President Erdogan in London, during a charitable and educational event. We first met in 2010 after he and Angela Merkel watched the Germany vs. Turkey match together in Berlin. Since then, our paths have crossed a lot of times around the globe. I'm aware that the picture of us caused a huge response in the German media, and whilst some people may accuse me of lying or being deceitful, the picture we took had no political intentions. As I said, my mother has never let me lose sight of my ancestry, heritage and family traditions. For me, having a picture with President Erdogan wasn't about politics or elections, it was about me respecting the highest office of my family's country. My job is a football player and not a politician, and our meeting was not an endorsement of any policies. In fact, we spoke about the same topic that we do every time we have met - football - as he too was a player in his youth.

Although the German media have portrayed something different, the truth is that not meeting with the President would have been disrespecting the roots of my ancestors, who I know would be proud of where I am today. For me, it didn't matter who was President, it mattered that it was the President. Having respect for political office is a view that I'm sure both the Queen and Prime Minister Theresa May share when they too hosted Erdogan in London. Whether it had been the Turkish or the German President, my actions would've been no different.

I get that this may be hard to understand, as in most cultures the political leader cannot be thought of as being separate from the person. But in this case, it is different. Whatever the outcome would've been in this previous election, or the election before that, I would have still taken the picture.



m10_official • Folgen

m10_official The past couple of weeks have given me time to reflect, and time to think over the events of the last few months. Consequently, I want to share my thoughts and feelings about what has happened.

Weitere Kommentare laden

aprilps13 @itsrara23 hebat ozill 🙏🙏

aprilps13 @itsrara23 trus warga Jerman ga terimo

homicidal_bq We will always support u

adihilal @philippplahm @manuelneuer

@bastianschweinsteiger @esmuelert

syafiqalfian @syawalabdrahim

lucas_nr23 @najihano komisch, dass nur moslems mir so einen rotz schreiben, verpist euch doch alle

najihano @lucas_nr23 du kleiner



Gefällt 737.820 Mal

22. JULI

Kommentar hinzufügen ...



Mesut Özil

22. Juli um 12:53 · G

The past couple of weeks have given me time to reflect, and time to think over the events of the last few months. Consequently, I want to share my thoughts and feelings about what has happened.

I / III MEETING PRESIDENT ERDOGAN



The past couple of weeks have given me time to reflect, and time to think over the events of the last few months. Consequently, I want to share my thoughts and feelings about what has happened.

Like many people, my ancestry traces back to more than one country. Whilst I grew up in Germany, my family background has its roots firmly based in Turkey. I have two hearts, one German and one Turkish. During my childhood, my mother taught me to always be respectful and to never forget where I came from, and these are still values that I think about to this day.

In May, I met President Erdogan in London, during a charitable and educational event. We first met in 2010 after he and Angela Merkel watched the Germany vs. Turkey match together in Berlin. Since then, our paths have crossed a lot of times around the globe. I'm aware that the picture of us caused a huge response in the German media, and whilst some people may accuse me of lying or being deceitful, the picture we took had no political intentions. As I said, my mother has never let me lose sight of my ancestry, heritage and family traditions. For me, having a picture with President Erdogan wasn't about politics or elections, it was about me respecting the highest office of my family's country. My job is a football player and not a politician, and our meeting was not an endorsement of any policies. In fact, we spoke about the same topic that we do every time we have met - football - as he too was a player in his youth.

Although the German media have portrayed something different, the truth is that not meeting with the President would have been disrespecting the roots of my ancestors, who I know would be proud of where I am today. For me, it didn't matter who was President, it mattered that it was the President. Having respect for political office is a view that I'm sure both the Queen and Prime Minister Theresa May share when they too hosted Erdogan in London. Whether it had been the Turkish or the German President, my actions would've been no different.

I get that this may be hard to understand, as in most cultures the political leader cannot be thought of as being separate from the person. But in this case, it is different. Whatever the outcome would've been in this previous election, or the election before that, I would have still taken the picture.

👍👍👍 97.992

8.795 Kommentare · 4.370 Mal geteilt

Positionieren Sie sich als Unternehmen und als Personal Brand

Zu Themen, die ...

... reale Probleme
aufgreifen und
Identifikations-
potenzial
anbieten

... die mit einer
bekannten Marke
verbunden sind

... die als
Erstes kreativ
überraschen

... die positive
Emotionen
ansprechen

... die
brandaktuell sind
und eine breite
Öffentlichkeit
berühren

Wer zu spät auf ein Thema aufspringt und langweilt, erhält weniger Aufmerksamkeit.

Corporate Influencer

Influencer – Warum überhaupt?

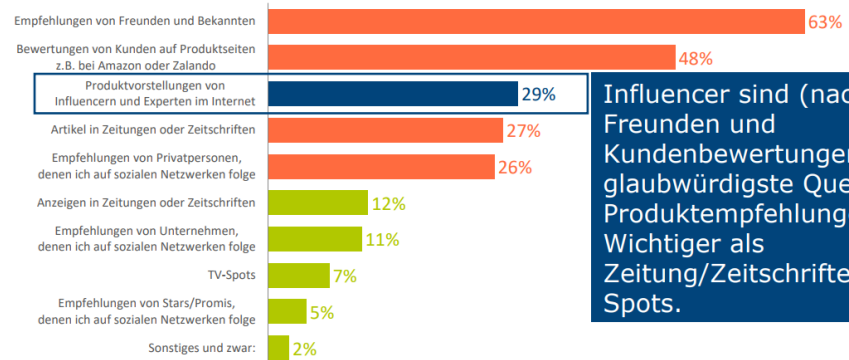
Glaubwürdigkeit

- Influencer genießen höhere Glaubwürdigkeit als klassische Medien
- Nur Kundenbewertungen und Freunde/Bekannte sind noch glaubwürdiger
- Testimonials wie „klassische“ Stars/Promis genießen so gut wie keine Glaubwürdigkeit

Influencer als Quelle für Produktempfehlungen



Frage: „Welche dieser Arten von Produktinfos ist für Sie besonders glaubwürdig?“



Influencer sind (nach Freunden und Kundenbewertungen) glaubwürdigste Quelle für Produktempfehlungen. Wichtiger als Zeitung/Zeitschriften u. TV-Spots.

Persönliche Gründe, sich bei Influencern über Produkte zu informieren, Anteil dt. Online-User ab 14 Jahre, in Prozent, 04/2017

Quelle: Goldmedia Befragung von deutschen Online-Usern ab 14 Jahre (n = 1.604), April 2017

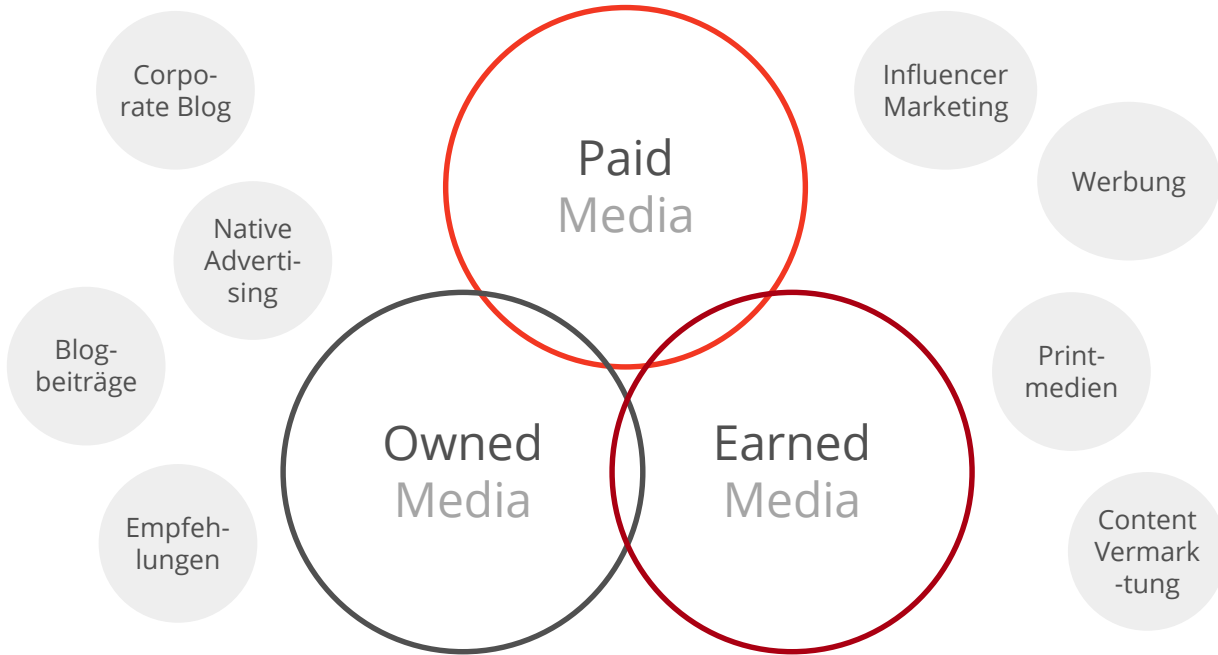
Seite 23 | November 2017 | Influencer Marketing

© BVDW|INFLURY 2017

Quelle: [BVDW „Bedeutung von Influencer Marketing in Deutschland 2017“](#)

Content verbreiten: Optionen

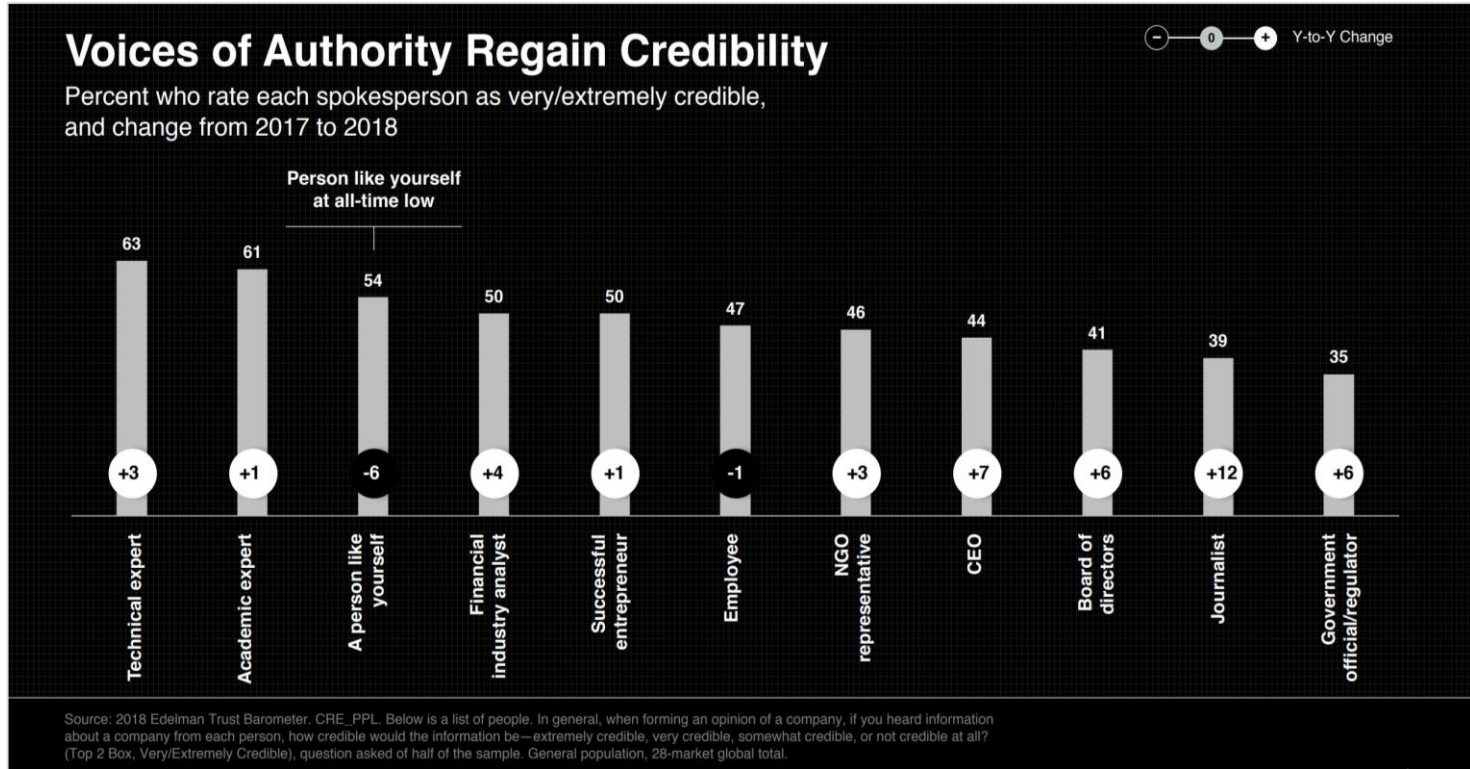
Zusammenspiel verschiedener Medientypen



Social Media
gehört zu allen
drei
Medientypen.

Die wichtigsten Influencer sind die Mitarbeiter

Edelman Trust Barometer 2018



Corporate Influencer

Was macht sie aus?



prägen den ersten
Eindruck

stehen mit
Leidenschaft hinter
ihrer Marke

sind authentisch
und glaubwürdig

hören der
Zielgruppe zu

spiegeln Feedback
aus der Community
zurück ins
Unternehmen

wirken sich positiv
auf die Online-
Reputation aus

Corporate Influencer bei Siemens

Interne wie externe Kommunikation

- Vorbild: CEO setzt auf Haltung
- Siemens verzichtet auf Kontrolle der eigenen Mitarbeiter
- Die Kommunikation baut intern Analytics aus
- Pilotprojekt: ein personalisierter Feed im Siemens-Intranet, der sich auf Vorlieben einrichten lässt
- Mitarbeiter können Themen und Autoren abonnieren, die sie inspirieren und interessieren
- Die Darstellung nach außen ist nicht nur Aufgabe der Presseabteilung: Corporate Influencer

NACH TWITTER-ATTACKE Siemens-Chef Joe Kaeser legt gegen AfD-Fraktionschefin Weidel nach

Nach seiner Twitter-Kritik an der Bundestagsrede von AfD-Chefin Alice Weidel hat sich der Siemens-Chef erneut zum Thema zu Wort gemeldet. Dieses Mal bei LinkedIn.



17.05.2019 - 14:09 Uhr • Jetzt teilen



Jobbotschafter Programm bei Otto

Ottos Prinzipien für Corporate Influencer

- Corporate Influencer transportieren Botschaften des Unternehmens
- Freiräume für Kreativität und Kommunikation
- Unternehmen und Marken sollten gemeinsam kreativ sein
- Reichweite nicht entscheidend für Erfolg
- Marken sollten Corporate Influencer nicht verändern



Deutsche Telekom baut auf Corporate Influencer



Philipp Schindera

@schindera Folgt dir

Com's guy @DeutscheTelekom, Tweets in GER/ENG/F/Saarbrigger Platt on #digitaltransformation #futurework #aviation - I ❤️ #photos and @ersterfcs #men4equality

📍 Bonn, Europe

🌐 telekom.com/en

📅 Beigetreten Mai 2012

🕒 Geboren am 19. Juni 1989

ESA-Influencer aus dem All

Beispiel: Astronaut Alexander Gerst @AstroAlex



Alexander Gerst @Astro_Alex
European of German nationality, @ESA astronaut, geophysicist, volcanologist & explorer. Training for his 2nd flight to the International Space Station in 2018
Cologne Houston Moscow
alexandergerst.esa.int
Beigetreten Oktober 2011

TWEETS: 3.430
FOLGERS: 126
FOLLOVING: 359 Tsd.
REPLIES: 152
LISTEN: 1

Tweets Tweets & Antworten Medien

Alexander Gerst @Astro_Alex · 20 Sep
Picturesque, but only a tiny display of cosmic destruction power (Barringer Crater, USA) #AsteroidDay tic.kxp/MjyaD



GRIMME INSTITUT NOMINATES @ASTRO_ALEX FOR GRIMME ONLINE...
Recently, the award-winning Grimme Institute nominated ESA astronaut Alexander Gerst for the prestigious Grimme Online Award in category "travel". Time and again, these are social media channels that attract the public, for a host of the most compelling reasons...

DER BLAUE PLANET IM ZEITRAFFER
Zeitfragen: Wie die Erdbeobachtung der Vergangenheit mit ESA-Astronaut Alexander Gerst in diesem hochauflösenden Zeitraffer-Video aufschimmernd aus dem Weltall. 12500 Aufnahmen, die Alexander Gerst während seiner letzten Mission auf der Internationalen Raumstation (ISS) hatte, wurden zu diesem Video...

re:publica15

Susanne Kalfenwald
ESA auf Deutsch
@Astro_Alex erwähnt in meiner Heimatstadt #Kinze sau ene #Raumfahrt-Ausstellung! #Bundestag #re:publica15 #re:publica15

DATES

Launch
21:57 CEST, Deutsche Zick (10:57 GMT) 29 May

Deched
03:44 CEST, Deutsche Zick (07:44 GMT) 29 May

Hatch opened
09:52 CEST, Deutsche Zick (03:52 GMT) 29 May

Return
Hatch closed

[ENGLISH] LOG ENTRY #18 - SHARE

[ENGLISH] TOUCHDOWN



Corporate Influencer bei der LV 1871

- Sichtbarkeit für Corporate Influencer und Unternehmen
- Schulungsprogramm für ausgewählte Corporate Influencer aus allen Abteilungen und Positionen zum Umgang mit Social Media und der Rolle als Corporate Influencer
- Interne und externe Kommunikationsmaßnahmen für das Corporate Influencer Programm



Was ein Markenbotschafterprogramm bringt

- Content Marketing
- Agenda Setting
- Employer Branding

- Distribution der eigenen Inhalte
- Themenpositionierung
- Reputation und Vertrauen



Warum Führungskräfte Social Media nutzen

CEO-Kommunikation

Vorstände prägen Marken auch in Social Media

- Erste Corporate Influencer jedes Unternehmens
- Generieren Aufmerksamkeit, steigern Bekanntheit
- Leichter Zugang zu Medien
- Agenda Setting für eigene und Unternehmensthemen
- Schaffen Nähe durch Personalisierung



Janina Kugel – CHRO bei Siemens

Startseite Mitteilungen Nachrichten

Tweets 1.652 Folge ich 615 Follower 9.330 Gefällt mir 5.291 Listen 2

Janina Kugel ✓
@janinakugel

CHRO @Siemens. Passion for Leadership, Diversity and Inclusion, Education and Society. Woman and mother. All views are my own.

Beigetreten Oktober 2013

Tweet an Janina Kugel

166 Fotos und Videos

Tweets Tweets & Antworten Medien

Janina Kugel ✓ @janinakugel · 3 Std.
Weil es Missverständnisse gab...die Änderungen müssen in der Gesellschaft erfolgen, nicht im Kopf der Kinder! 😊

Emotion @EmotionMagazin
"Mit 4 Jahren sagen Mädchen, sie wollen Pilotin werden. Mit 6 sagen sie, sie wollen Pilot werden. Und mit 12 glauben sie, das könnten sie nicht."
@janinakugel, @Siemens, sagt, wie früh wir beginnen müssen mit den Veränderungen im Kopf. #ChefKon18

4 28

Janina Kugel ✓ @janinakugel · 4 Std.
Auf der Suche nach #icons für #Experten fand #IrisBohnet nur 6 weibliche #icons
😊 "Bilder spielen eine Rolle" @Chefsache #chefkon18

Tina Müller – CEO bei Douglas



Tweets **3.158** Folge ich **1.244** Follower **8.011** Gefällt mir **1.542**

Folge ich

Tina Mueller

@TMuellerDouglas Folgt dir

Official Account of Douglas CEO Tina Mueller. I will keep you posted about my work and topics which are important to me. #digital #WomenInLeadership

Düsseldorf, Deutschland

douglas.de

Beigetreten Juli 2010

Tweet an

Nachricht

1.012 Fotos und Videos



Tweets Tweets & Antworten Medien

Tina Mueller hat retweetet



Markenartikel @Markenartikler · 21 Std.

Die erste Filiale soll schon ab Herbst 2018 in Hamburg-Eppendorf öffnen und 'Douglas Pro' heißen. Dort dreht sich alles um medizinische Hautpflege und Nahrungsergänzungsmittel für die Haut. @TMuellerDouglas #DouglasPro

Healthcare Marketing @hcmZwitscher

Douglas-Chefin @TMuellerDouglas gibt weitere Details zum Eintritt in den Apothekenmarkt bekannt healthcaremarketing.eu/unternehmen/de... #DouglasPro #Apothekenkosmetik @docmorris



Tina Mueller @TMuellerDouglas · 22. Juni

Wir freuen uns über die exklusive Kooperation mit @Honest_Beauty von @jessicaalba. Damit gewinnen wir ab April 2019 eine trendige U.S. Marke, die mit Make-up und Skincare Beauty in allen Facetten zelebriert. Passt perfekt zu uns! #NewDouglasBrands #Douglas



Honest Beauty: It's all you

Honest Beauty is doing beauty differently. We're proud to create a comprehensive line of skincare and makeup that celebrates diverse beauty and brings out honestbeauty.com

Wem folgen? · Aktualisieren · Alle anzeigen



Opel @Opel

Folgen



bob marx @reviewthiscourse

Folgen



Opel Deutschland @O...

Folgen

Finde Leute, die du kennst

Trends für dich · Ändern

#Mindestlohn

@faznet @SPIEGELONLINE und 4 weitere twittern darüber

#IRNPOR

@faznet @zeitonline und 5 weitere twittern darüber

#GooglePay

@handelsblatt @Horizont und 5 weitere twittern

Vorstände twittern

USA

- T-Mobile Chef John Legere @JohnLegere
- 5,9 Millionen Follower auf Twitter
- Rockstar



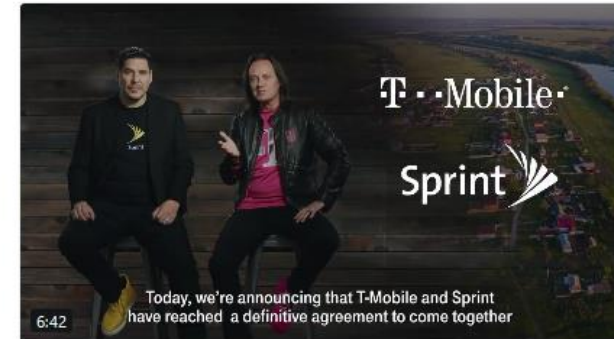
John Legere ✓

@JohnLegere

Folgen

I'm excited to announce that @TMobile & @Sprint have reached an agreement to come together to form a new company – a larger, stronger competitor that will be a force for positive change for all US consumers and businesses! Watch this & click through for details.

[Tweet übersetzen](#)



[@TMobile and @Sprint to form new company for consumer benefit](#)
allfor5g.com

18:04 - 29. Apr. 2018

6.881 Retweets 17.750 „Gefällt mir“-Angaben



 2,8 Tsd.  6,9 Tsd.  18 Tsd. 

Der Chefvolkswirt und Bereichsleiter Research bloggt

Bielmeiers Blog

Aus Informationen Wissen machen.

Wirtschaftsnachrichten selektieren – analysieren – kommentieren. Das ist das Metier von Stefan Bielmeier, Chefvolkswirt und Bereichsleiter Research und Volkswirtschaft der DZ BANK, und seinem Analystenteam. In seinem Blog zeigt Bielmeier die konjunkturelle Entwicklung in den weltweit wichtigsten Wirtschaftsregionen auf, befasst sich mit den Trends an den internationalen Finanzmärkten und bezieht Position zum aktuellen Politikgeschehen.

Lesen Sie in Bielmeiers Blog die Essenz aus der täglichen Datenflut – machen Sie sich das Expertenwissen zu Nutze.



10.08.2018

Es bleibt dabei: Hohe Netto-Zinseinbußen der privaten Haushalte in Deutschland

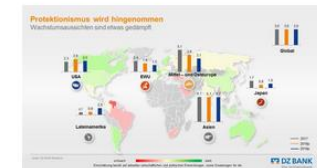
Deutschland | Eurozone | EZB | Zentralbanken / Rentenmärkte



In ihrem Wirtschaftsbericht vom August berechnet die Europäische Zentralbank die Veränderung der Netto-Zinseinkommen privater Haushalte im Euroraum für den Zeitraum von 2008 bis 2017. Für Deutschland kommt sie zu dem Ergebnis, dass der Rückgang der Zinserträge nur marginal größer ausfiel als der Rückgang der Zinsbelastungen durch Kredite. Die extrem niedrigen Zinsen hätten damit nur geringen

So sehe ich die Welt

So sehe ich die Welt



Publizieren auf Xing

Brancheninsider

- Ideal für Corporate Influencer
- Führungskräfte
- Positionierung
- Personal Branding



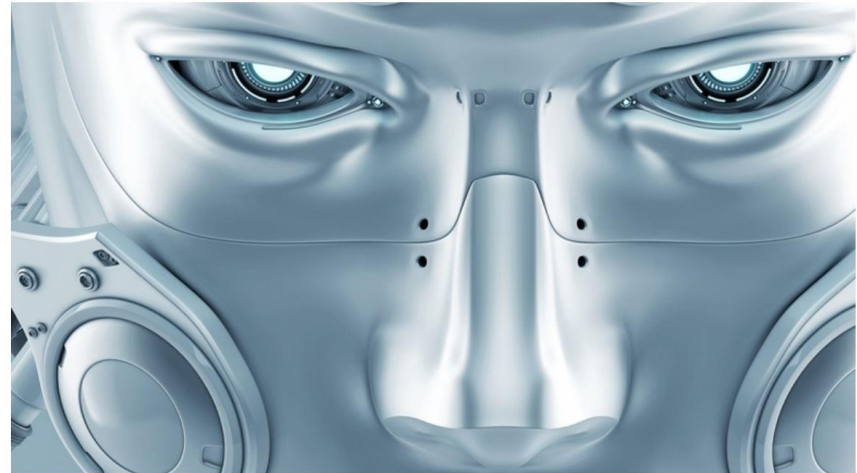
Klaus Eck

INSIDER für Content Marketing und Content Strategie

+ Folgen

🕒 Dienstag, 23. August 2016

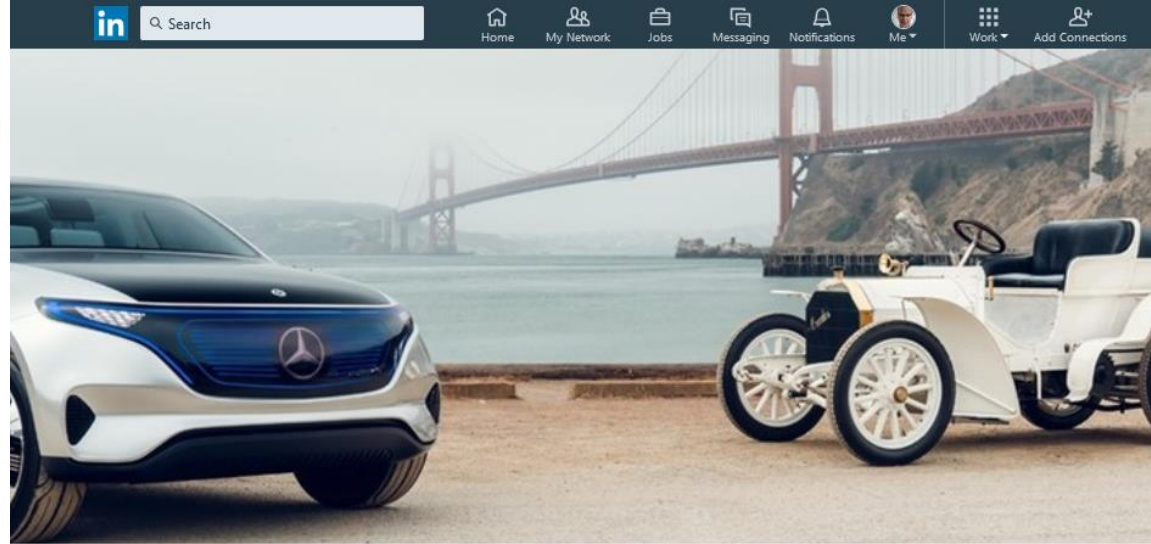
Wie Künstliche Intelligenz das Content Marketing verändert



Bei der Betrachtung der Zukunft des Content Marketings ist ein Aspekt von besonderer Bedeutung, den niemand vernachlässigen sollte, wenn er langfristig erfolgreich sein will: Künstliche Intelligenz (K.I.) und **Bots** werden in einigen Jahren zum Game Changer. Viele der bisherigen Content-Strategien werden durch die neuen Möglichkeiten auf den Kopf gestellt und damit zu einer großen Herausforderung für Unternehmen. Einige Experten sprechen deshalb sogar vom **Tod des (bisherigen)**

Publizieren auf LinkedIn

- Ideal für Corporate Influencer
- Führungskräfte
- Positionierung
- Personal Branding



First Move the World

Published on May 11, 2018



Dieter Zetsche [influencer](#) [+ Follow](#)

Chairman of the Board of Management of Daimler AG / Head of Mercedes-Benz Cars
[35 articles](#)

[3,643](#) [89](#) [219](#)

Before Carl Benz and Gottlieb Daimler invented the automobile life offered limited possibilities for most people: Wherever you were born was where you lived, worked and died. Europeans, for example, had a radius of action of just 20 kilometers on average. Then the car suddenly opened up the world providing us all with opportunities our forefathers couldn't even have imagined. The automobile has become a personal declaration of

Rechte und Pflichten der Corporate Influencer

Begriffsklärung

Eine Social Media Policy für alle

- ... regelt, was in einem Unternehmen gesetzlich zulässig und was verboten ist,
- ... ist meist umfangreicher und schwerer zu verstehen
- ... sichert das Unternehmen rechtlich ab

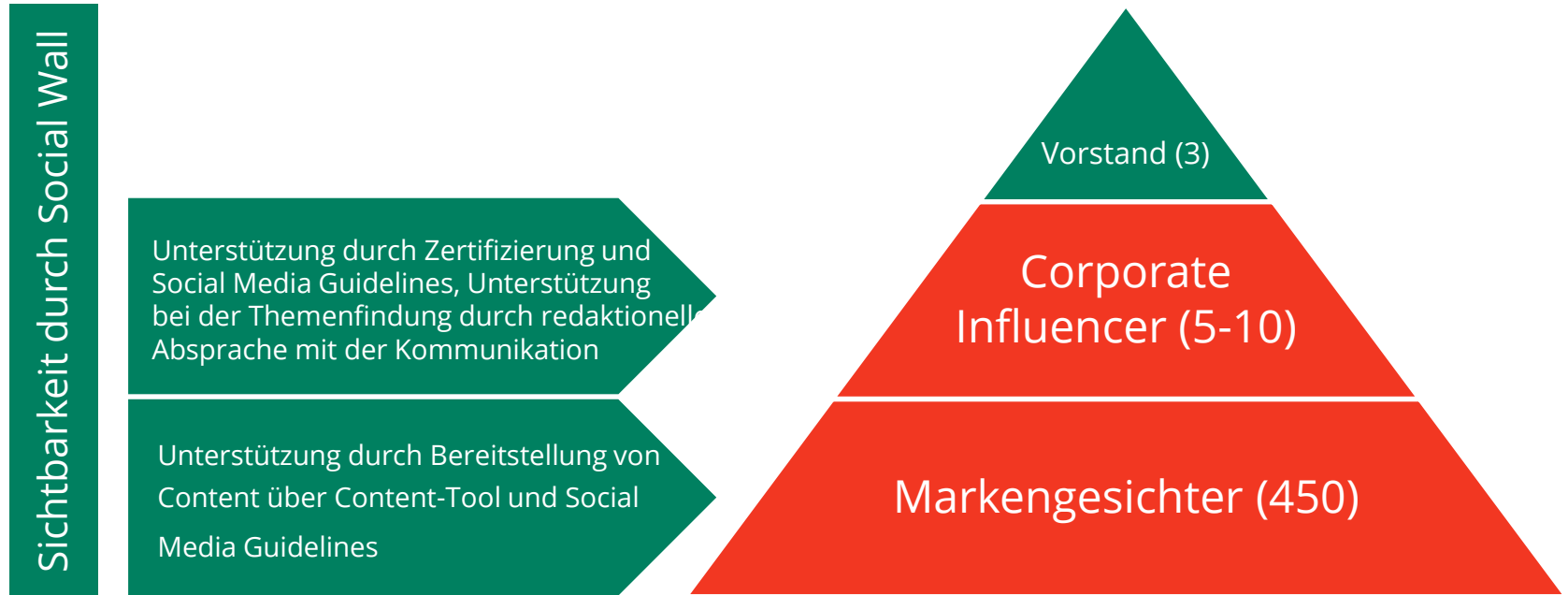
Social Media Guidelines für Corporate Influencer

- ... sind eher als Empfehlung oder Ratschläge zu verstehen
- ... geben den Mitarbeitern eine Starthilfe für ein sicheres Auftreten in Social Media
- ... sollen Mitarbeiter ermutigen und ihnen keine Angst machen



Wie ein Corporate Influencer Programm aussieht
Beispiel: LV1871

Die Markenbotschafter der LV 1871



Was bietet die LV 1871 den Corporate Influencern?

- Networking / Spaß-Events speziell für Corporate Influencer (ca. 2x im Jahr)
- Rolle als Corporate Influencer wird in Zukunft Teil der Zielgespräche
 - Freie Zeit für die Aufgaben als Corporate Influencer und die eigenen Themen
- Zertifizierung als Corporate Influencer als Teil des Internen Weiterbildungszentrums & des Kompetenzprofils
- Sichtbarkeit online und offline
- Eigene Positionierung am Markt und Steigerung des eigenen Marktwerts
- Sicherheit und Unterstützung durch Social Guidelines, Zertifizierung und ständige Ansprechpartner und Austausch



Zertifizierung für Corporate Influencer

- Integration ins interne Weiterbildungszentrum / Kompetenzprofil der LV 1871
- Verschiedene Workshops zur Aus- und Weiterbildung zum Corporate Influencer (Beispiele)
 - Für Online Schreiben und Publishing (SEO-Basics, Bloggen außerhalb eines klassischen Blogs etc.)
 - Was ist wichtig für einen Corporate Influencer? (Einführung in die Guidelines, Twitter verstehen etc.)
 - Rechtliche Grundlagen (Bildrechte, Persönlichkeitsrechte, Datenschutz etc.)
 - XING (Brancheninsider) / LinkedIn



Reputation Management

Übergreifende Markenwahrnehmung

Elemente, die auf Ihre Reputation einzahlen

Transparenz



Persönlichkeit



Verbindlichkeit



Reputation



Übergreifende Markenwahrnehmung

Elemente, die auf Ihre Reputation einzahlen: Transparenz

- Intern und extern
- Glaubwürdigkeit
- Abteilungsübergreifende Zusammenarbeit
- Öffnung gegenüber Kunden
- Transparente Kommunikation zu Produkten und Ressourcen
- Vertrauen schaffen
- Soziale Verantwortung übernehmen



Übergreifende Markenwahrnehmung

Elemente, die auf Ihre Reputation einzahlen: Persönlichkeit

- Individuelle personalisierte Antworten
- Mitarbeiter als Markenbotschafter
- Persönliche Markenerlebnisse
- Identifikation schaffen
- Authentizität



Übergreifende Markenwahrnehmung

Elemente, die auf Ihre Reputation einzahlen: Verbindlichkeit

- Kundendialog und Wertschätzung
- (Werte)Versprechen halten
- Kundenservice
- Wiedererkennungseffekte forcieren
- Konsistente Kommunikation
- Nach der eigenen Mission handeln
- Zuverlässigkeit
- Verantwortung übernehmen



Reputation Management

Schweigen ist Silber, Reden ist Gold

- Wer Social Media nur passiv nutzt, verpasst als Marke und Person zahlreiche Chancen
- Nur, wer sich online zeigt, kann von anderen wahrgenommen werden
- Wer relevante Inhalte teilt, unterstreicht seinen Expertenstatus

Sichtbar sein ist der erste Schritt für eine positive Reputation



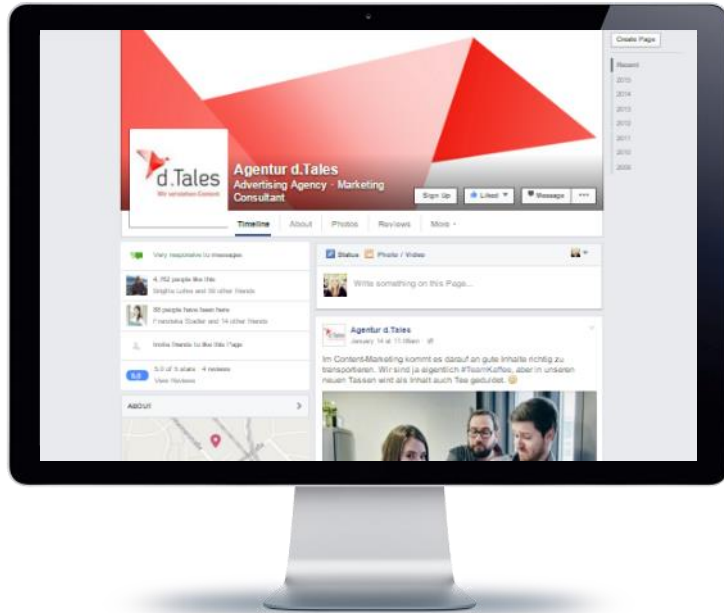
Fazit

Personalisierung

- Persönlichkeit funktioniert
- Experteninhalte sind für die Positionierung ideal
- Corporate Influencer und Führungskräfte prägen das Unternehmensbild
- Agenda Setting: Trends erkennen und für sich nutzen
- Digital Footprint aktiv nutzen und Personal Brand aufbauen
- Passende Strukturen sind eine wichtige Voraussetzung

Unser Content

Auf diesen Kanälen finden Sie Inhalte von d.Tales



[d.Tales.de](https://www.d.tales.de)



[Newsletter](#)



[Agentur d.Tales](#)



[@dtales](#)



[@dtales](#)



[d.Tales](#)



[d.Tales](#)



[pr-blogger.de](#)



d.Tales GmbH

Elsenheimerstraße 57
80687 München

Telefon: **+49 89 8905715 10**

E-Mail: **info@d.tales.de**

Internet: **www.d.tales.de**