

• Projektmarketing

Die meisten Projekte, zumindest ab einer gewissen Größenordnung, bewirken und verlangen Veränderungen im Unternehmen, sei es in den Arbeitsabläufen, den IT- oder Unternehmensstrukturen. Die Akzeptanz für diese Veränderungen ist ein Schlüsselfaktor für den Projekterfolg. Innere Kündigung, aktiver Widerstand oder heimliche Sabotage gehören zum Schlimmsten, was einem Projekt passieren kann. Doch gerade Veränderungen stoßen keineswegs automatisch auf positive Resonanz. Es ist deshalb sinnvoll, das Projekt aktiv zu "verkaufen". Das Seminar hilft Ihnen, Akzeptanz und Unterstützung für Ihr Projekt zu bekommen. Nebeneffekt: Publicity für Ihre Sie, Ihre Abteilung, Ihr Team, Ihr Projekt. Es besteht die Möglichkeit, zu konkreten Projekten einen Marketingplan zu erarbeiten.

Zielgruppe

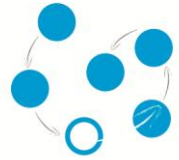
Das Seminar wendet sich an Mitarbeiter/innen, die mit der PM-Methodik vertraut sind und in einem Projekt arbeiten oder voraussichtlich arbeiten werden, das auf viele Menschen Auswirkungen hat. Spezielle Kommunikations- oder PR-Kenntnisse sind nicht erforderlich.

Zentrale Inhalte

- Was bedeutet Projektmarketing, und wann macht es Sinn?
- Wie integrieren Sie einen Marketingplan in den Projektplan?
- Was sind Ihre Zielgruppen und was können Sie mit dem Projektmarketing bei Ihnen erreichen?
- Welche Inhalte gehören in die Information über das Projekt?
- Welche Medien und Events sind für welche Projekte sinnvoll?
- Wie viel externe Kommunikation gehört dazu?
- Qualitätssicherung durch Feedback
- Mit welchen Stolpersteinen müssen Sie rechnen und wie bekommen Sie sie aus dem Weg?

Methoden

- Erarbeiten der Ergebnisse durch Vortrag, Diskussion, Arbeitsgruppen, Erfahrungsaustausch



Büro für Unternehmenskommunikation