

Mit unserem

INVENTORY DAY[©]

unterstützen wir Euch dabei, Eure Kommunikationsstrategie systematisch weiterzuentwickeln, um Eure Marken- und Unternehmenskommunikation zukunftsfähig und stark am Markt zu positionieren.



WIR MÖCHTEN EUCH UND EURE BEDÜRFNISSE

KENNENLERNEN!

Erfolgreiche Kommunikation basiert für uns auf einer gründlichen Bestandsaufnahme

- einer Inventur • Ihrer aktuellen Kommunikationsmittel

Wir nehmen uns Zeit alles anzuschauen und mit Ihnen den Status und Bedarfe zu analysieren.

Wir hören zu und lernen Sie und Ihr Unternehmen kennen.

WAS WIR

MITBRINGEN:

Viel Zeit für Eure Fragen und 20 Jahre Erfahrung in allen Bereichen der Marken- und Unternehmenskommunikation sowie beim Employer Branding.

WAS IHR AN EINEM INVENTORY-DAY MIT UNS

BEKOMMT!

Nutzt unsere Erfahrung um Eure aktuellen Kommunikationsmedien ' und Ziele in Einklang zu bringen.

WAS EIN INVENTORY-DAY MIT UNS

KOSTET?

Wir berechnen für die Vorbereitung, Durchführung und umfassende Nachbereitung des INVENTORY DAY® eine einmalige Aufwandspauschale von 1.950,00 Euro. Dabei sind wir einen halben Tag bei Euch vor Ort. (Schauen aber auch dabei nicht auf die Uhr.)

Diese Pauschale wird bei einer weiterführenden Zusammenarbeit zu 15% auf die folgende Auftragssumme verrechnet. Das halten wir für ein faires Angebot.

INVENTORY-DAY – SO STARTEN WIR GEMEINSAM

Beteiligte

- Katja Hochstetter und Markus Völcker
- min. zwei Verantwortliche aus Eurem Unternehmen

Dauer

- Halber Tag bei Euch vor Ort
- die Dauer kann aber auch individuell abgesprochen werden

Inhalte

- Ihr gebt uns einen umfassenden Einblick in alle aktuellen Medien
- Wir tauschen uns intensiv zu den bestehenden Medien aus
- Ihr zeigt uns auf wo die drängensten Bedürfnisse sind
- Was wollt Ihr mittel- und langfristig erreichen, wo sind die größten Schwierigkeiten im Erreichen dieser Ziele
- Wir geben Euch eine erste Einschätzung zu den ersten Schritten
- Wir nehmen alle Infos mit und melden uns 10 Tage später mit einer Bedarfeinschätzung
- Wenn gewünscht bringen wir Fragebögen zu wichtigen Themen mit

STEP BY STEP – TRANSPARENT UND ZIELORIENTIERT

INVENTORY DAY

- Hier starten wir gemeinsam zur Kommunikations-Inventur
- Wir hören gut zu und tauschen uns intensiv aus

Bedarfs- erstellung

- Aus allen gewonnenen Einblicken machen wir eine erste Bedarfserstellung
- Sie bekommen einen ersten Überblick wie sich Ihre Ziele erreichen lassen

Angebot

- Haben wir mit unseren Ideen überzeugt, starten wir mit der Planung
- Wir erstellen Euch ein erstes Angebot mit nachvollziehbaren Kosten

Kick-Off

- Wenn Euch unsere Kosteneinschätzung zusagt, gehts los
- Wir starten mit einem Kick-Off wo wir erste Maßnahmen konkret besprechen

UNTERNEHMESKOMMUNIKATION

Geschlossener Unternehmensauftritt/Corporate Communications

Image-
Kommunikation

Mitarbeiter-
kommunikation

Website

Presse und PR

Produkt-
Kommunikation

Intranet

Instagram/
Linkedin etc.

Shootings

Launch-
Kommunikation

Arbeitgeber-
Kommunikation

Podcast

Messe- und
Veranstaltungen

Mitarbeiter-
zeitung

Employer
Branding

Newsletter & Blog

Kooperationen

WAS UNS AUSMACHT

Wir hören EUCH zu.

- Das macht uns BESSER.

Wir verstehen uns blind.

- Das macht uns INSYNC.

Wir sind effizient.

- Das macht uns SCHLANK.

Wir kommunizieren offen.

- Das macht uns ECHT.



WAS WIR KÖNNEN & LIEBEN



UNTERNEHMEN SICHTBAR MACHEN

Ich entwickle Design- und Contentstrategien, die Unternehmenswerte sichtbar und erfahrbar machen. Als wesentlicher Bestandteil der Corporate Identity verleiht das Corporate Design Unternehmen ein klares Profil und lässt es nach außen strahlen.

- **Corporate Design** – Neuentwicklung und Überarbeitung
- **Kommunikationsdesign** – Printmedien passgenau gestalten
- **Unternehmenskommunikation** – Design für alle kommunikativen Kanäle
- **Markenführung** – Strategie und Design in Einklang bringen
- **Messe- und Eventkommunikation** – Inszenierung der Marke

Meine Arbeitsweise: klar strukturiert und deshalb erfolgreich. Mein Fokus für eine gute Zusammenarbeit: der enge Austausch mit meinen Kunden – und die gemeinsame Zielsetzung. Mein Anspruch: Ab der Ideenfindung den Kunden mitnehmen und begeistern. Mein Credo: Mit Freude das Projekt umsetzen, um ein Top-Ergebnis zu erreichen!

WAS WIR KÖNNEN & LIEBEN



EINE SPRACHE SPRECHEN

Die Sprache eines Unternehmens ist das, was wir unter Identität und DNA verstehen. Einzigartig und unverwechselbar. Corporate Design, Corporate Wording und Content Management arbeiten Hand in Hand und „erzählen“ diese eine Geschichte des Unternehmens. Rational. Emotional. Crossmedial.

- **Corporate Wording** – Ein gutes Corporate Wording schafft Wiedererkennbarkeit und stärkt die Corporate Identity (CI), indem es sicherstellt, dass alle Texte – von Marketingmaterialien über E-Mails bis hin zu Social-Media-Beiträgen – die Werte, Visionen und das Image des Unternehmens widerspiegeln.
- **Produktnaming** – Der Prozess des Produktnamings umfasst die Analyse der Zielgruppe, die kreative Ideengenerierung, Marktrecherchen und rechtliche Prüfungen.
- **Copywriting** – konversionsstarke Headlines und Texte (print und online)
- **Produktbeschreibung** – Eine gute Produktbeschreibung ist zielgruppenorientiert, verständlich und überzeugend. Sie verwendet eine ansprechende Sprache und Tonalität, die zur Marke passt, und hebt das Besondere oder Einzigartige des Produkts hervor.
- **Mitarbeiterkommunikation** – Die Mitarbeiterkommunikation ist ein wichtiger Bestandteil der internen Unternehmenskommunikation und kann durch verschiedene Kanäle erfolgen,
- **Public Relations (PR)** – klare und positive Darstellung aktueller Unternehmens-Themen

Meine Arbeitsweise: Den Blick auf das große Ganze gerichtet. Von der Konzeption bis zur Umsetzung und darüber hinaus. Ich stehe meinen Kund:innen in allen content-relevanten Fragen zur Verfügung und unterstütze sie operativ und beratend. Sie schätzen meine schnelle Auffassungsgabe und Fähigkeit Themen zielgruppengerecht und verständlich aufzubereiten.