

INNOVATIONSKOMMUNIKATION

„Innovation“ bzw. „Innovationsfähigkeit“ sind Buzzwords, die uns laufend unterkommen. Kein Wunder, denn Unternehmen sind immer mehr unter Druck, sich permanent zu erneuern. Kommunikation bekommt dabei eine immer wichtigere, oft sogar strategische Bedeutung. Doch wie kommuniziere ich Innovationen intern wie extern angemessen? Passen traditionelle Kommunikationsinstrumente zum neuen Produkt oder muss ich die Kommunikation selbst innovativ gestalten? In diesem Media Workshop geht es genau darum: um die Besonderheiten der Innovationskommunikation und um innovative Kommunikation.

Themenschwerpunkte

- Techniken und Trends der Innovationskommunikation
- Innovationen als Prozess begreifen und nicht als Endprodukt
- Produkte und Services launchen: von der Inszenierung bis zur laufenden Kommunikation
- Early Adopters und Trendsetter als Zielgruppen einbinden
- die richtige Formatwahl: Bewährtes und Innovatives
- Planung und richtige Umsetzung
- kreative Umsetzungsideen
- Einsatz des Storytelling
- die Rolle der Internen Kommunikation
- Besonderheiten im B2B-Bereich

Lernziele

Sie erfahren, was die Kommunikation von Innovationen von denen der „normalen“ Produkt- und Dienstleistungskommunikation unterscheidet, wie ein Innovationsprozess inszeniert werden kann und welche Maßnahmen und Formate geeignet sind, um den Innovationscharakter zu unterscheiden.

Teilnehmergruppe

- Kurs für Mitarbeiter aus Marketing und Unternehmenskommunikation, die sich über neue Wege der Innovations- und Produktkommunikation informieren wollen.

Referenten

Jörg Hoewner

Jörg Hoewner (Jahrgang 1969) ist Geschäftsführender Partner der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation und arbeitet als Berater für moderne Unternehmenskommunikation in Düsseldorf. Er war einer der ersten Berater in Deutschland, der sich mit Online Relations bzw. Online-PR befasste, baute die Digital Unit einer führenden Agenturgruppe mit auf und ist seit 2006 als Mitgründer bei K12. Zu seinen Kunden zählen große und mittelständische Unternehmen sowie Verbände und Behörden. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig mit der Integration von Kommunikation, deren Messbarkeit und der Auswirkung von Kommunikationstechnologien auf die interne und externe Unternehmenskommunikation.

Britta Neisen

Britta Neisen (Jahrgang 1973) ist Geschäftsführende Partnerin der K12 Agentur für Kommunikation und Innovation und arbeitet als Berater für moderne Unternehmenskommunikation in Düsseldorf. Sie arbeitete über zehn Jahre als Expertin und Unit-Leiterin für Online-Kommunikation bei einer führenden PR-Agentur, bevor sie sich auf die strategische Unternehmenskommunikation im B-to-B-Business spezialisierte. Seit 2017 ist sie Geschäftsführerin bei K12, wo sie Kunden in der externen Unternehmenskommunikation berät sowie Innovations- und digitale Transformationsprozesse kommunikativ wie kreativ begleitet.

Innovationskommunikation

Uhrzeit: von 09:00 bis 17:00 Uhr

Teilnehmer: max. 12 Personen

Termine: