

Corporate Influencer: Die neuen Superhelden am Kommunikations- himmel?

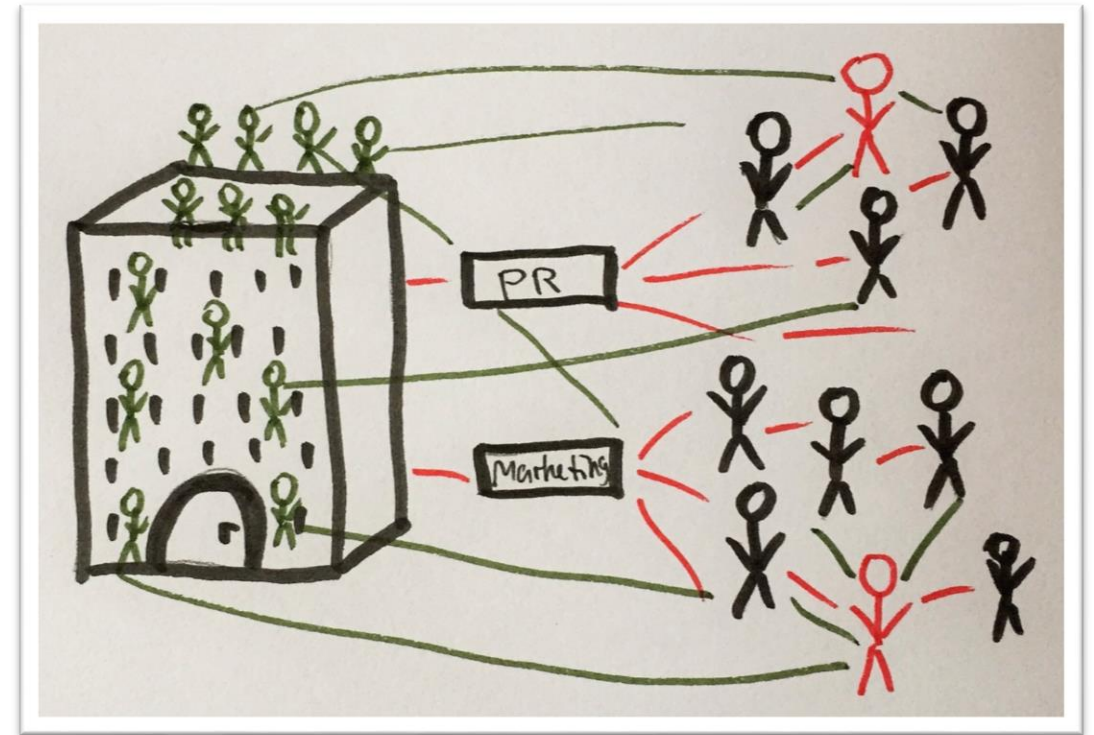
@writingkitten
#IHKnetzblicke



Daniela Heggmaier.

Warum ist das jetzt wichtig?

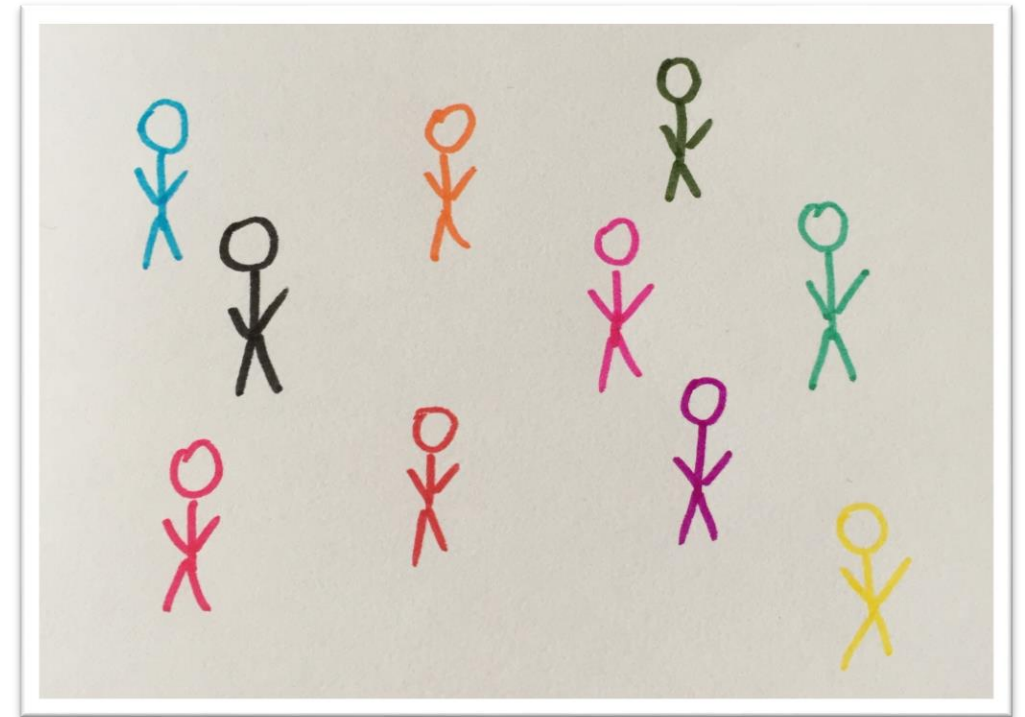
1. **Aufmerksamkeit**
2. **Relevanz, Reichweite, Resonanz, Interaktion, Engagement**
3. **Vertrauen:** Menschen kaufen von Menschen, denen sie glauben und vertrauen
4. **Glaubwürdigkeit** statt Marketingsprech
5. **Lernen** durch Zuhören: Dialog



Daniela Heggmaier.

Wer kann Corporate Influencer sein?

1. CEO, GF, Gründer*in
2. Expert*in in div. Communities
3. PR/Kommunikationsmitarbeitende
4. Corporate Influencer von extern
5. Mitarbeitende aller Bereiche
6. Externe Influencer in Kooperation (Experten, Prominente, Mikro-Influencer)



Daniela Heggmaier.

Was muss ein Corporate Influencer können?

1. Talent
2. Stolz auf die Firma
3. Holt Zielgruppen ab
4. Kompetenz
5. Verbindungen
6. Medienversiert
7. Persönlichkeit
8. 100% authentisch



Daniela Heggmaier.

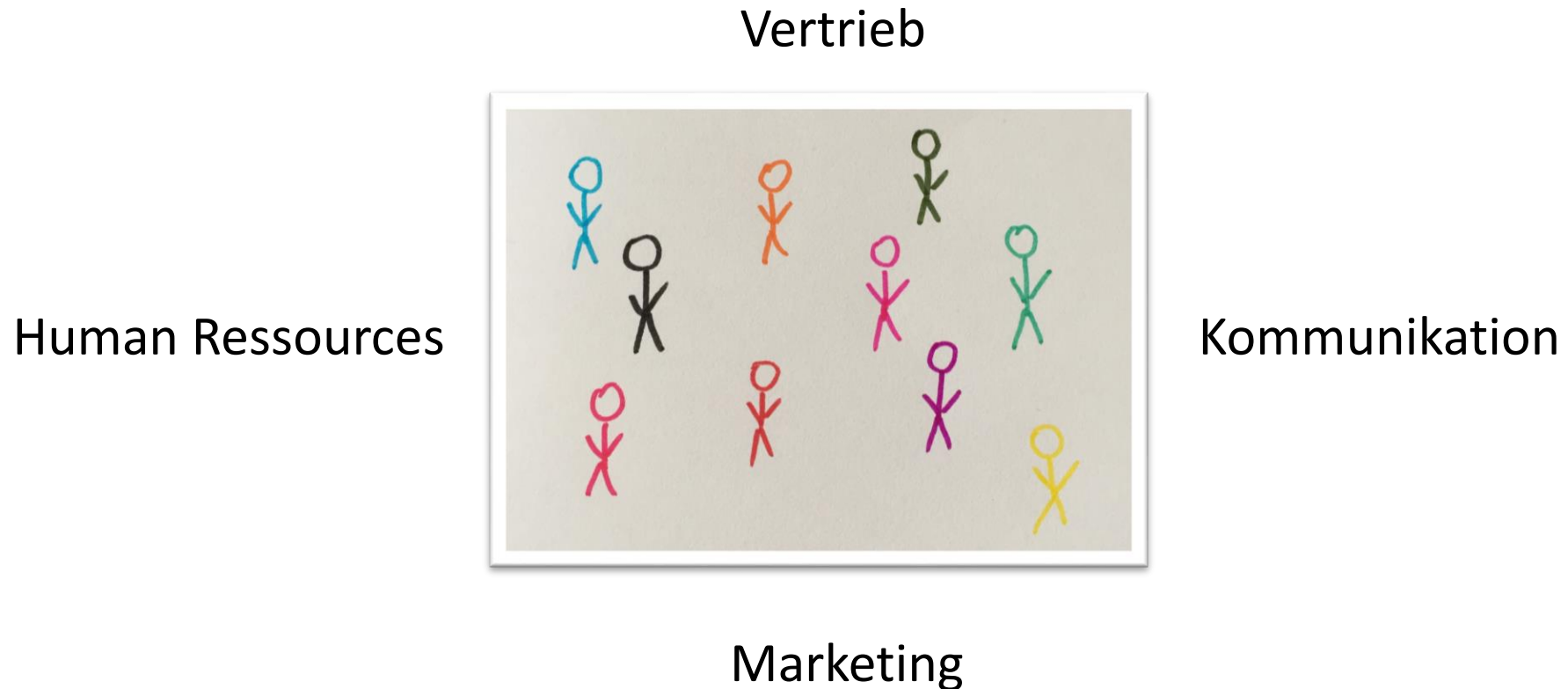
12 Rollen für Multiplikatoren

1. Social CEO
2. Expert*in, Brand oder Technical Evangelist
3. Produktbotschafter*in
4. Employee Advocat
5. Corporate Jester
6. Moderator*in, Chefreporter*in
7. Anchorman, Anchorwoman
8. „Lobbyist für Produkte, Ideen, Strategien“ (S. Pallenberg)
9. Chief Corporate Storyteller*in, Willi wills wissen
10. Von außen nach innen: Social Intranet, Lernen
11. Jeder Mitarbeiter ist Markenbotschafter*in
12. Kein Highlander-Prinzip: Es muss nicht nur eine*n geben!



Daniela Heggmaier.

Wem hilft der Corporate Influencer?



Daniela Heggmaier.

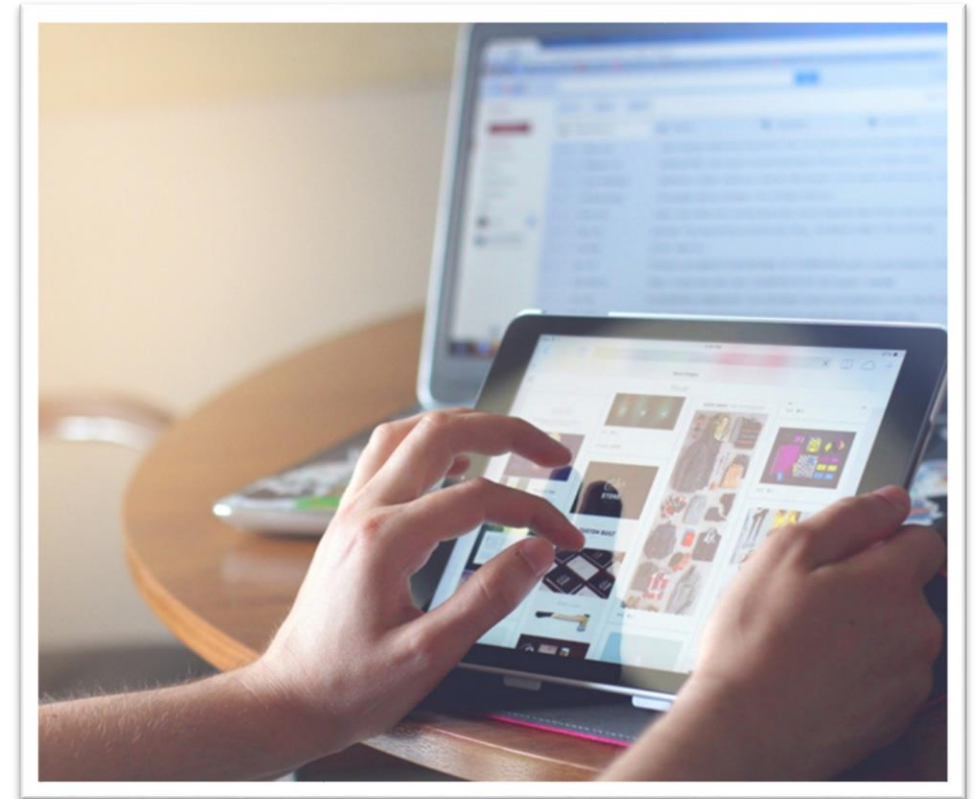
Gespräche führen: Plattformen und Kanäle

Online:

- Eigene Profile der Person im Social Web (FB, Twitter, Instagram, Youtube), LinkedIn, XING
- Blog, Webseite, Social Media Profile des Unternehmens
- Medien, Plattformen externer Influencer

Offline:

- Sprecher auf Events, bei Podiumsdiskussionen, Barcamps, ggf. Interviews, Socializing auf Branchenevents
- Vernetzung mit externen Influencern



Quelle: Canva

Daniela Heggmaier.

Chancen und Risiken für Corporate Influencer

Chancen:

- Breite Bekanntheit, Sichtbarkeit, Aufmerksamkeit
- Positionierung in einer Nische: Expertenrolle, Profil
- Erweiterung des persönlichen Netzwerks

Risiken:

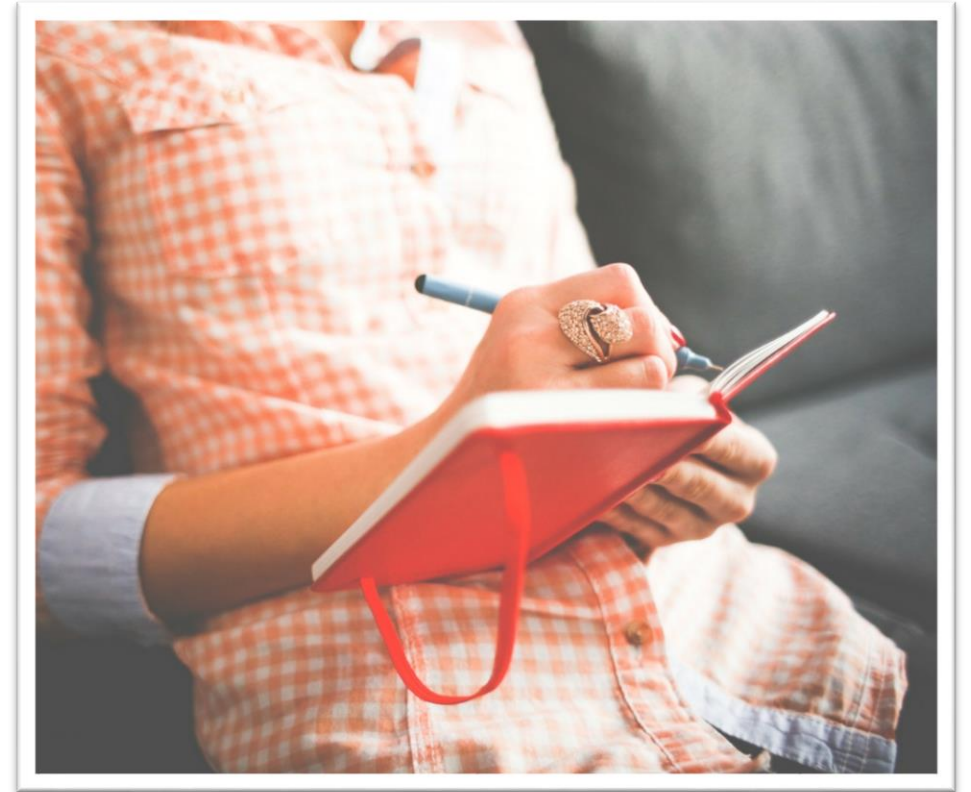
- Was, wenn es nicht mehr passt? Ruf verbrannt?
- Wie viele Unternehmen kann ich in einem Leben repräsentieren?
- Dominanz der Firmenthemen in den eigenen Social Media Kanälen
- Hat ein Corporate Influencer jemals frei?



Daniela Heggmaier.

Spannungsfeld

- Personal Brand vs. Corporate Brand
- Wollen private Kontakte vom Unternehmen hören?
- Krise im Unternehmen: Beschädigt sie den eigenen Ruf?
- Stehe ich voll und ganz hinter meinem Arbeitgeber? Bin ich stolz auf die Firma?



Quelle: Canva

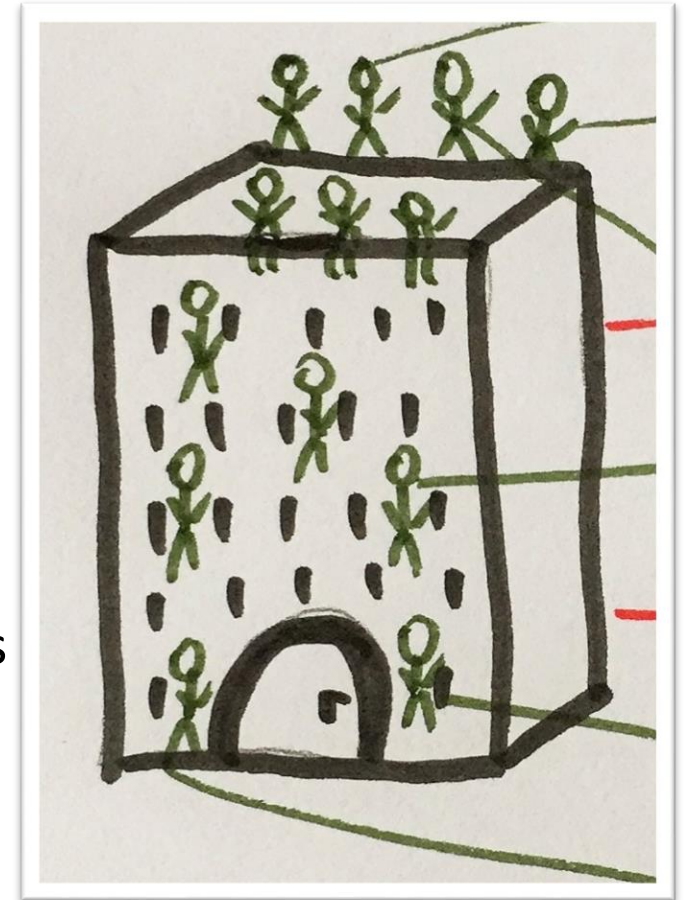
Chancen und Risiken für Unternehmen

Chancen:

- Reichweite, Resonanz, Engagement, Interaktion, Präsenz, Sichtbarkeit, Glaubwürdigkeit, Authentizität, Wahrnehmung, Reputation, Thought Leadership
- Social Listening
- Einfluss: Mitarbeiter finden, Produkte verkaufen, langfristige Fans der Marke aufbauen, Empfehlungen bekommen

Risiken:

- Was, wenn es nicht mehr passt? Wie oft kann man den Influencer wechseln?
- Was, wenn die Abstimmung nicht funktioniert? Zu viel gesagt? Das Falsche gesagt?
- Was, wenn die Marke nicht richtig rüberkommt?
- Kontrollverlust in der Kommunikation



Daniela Heggmaier.

Was vor dem „Influenzen“ kommt

Strategie!

- WAS will ich WEM (Persona!) über welchen KANAL mit WELCHEM ZIEL mitteilen?
- Was sollen die Leser, Hörer, Zuschauer, Kunden, Geschäftspartner, Bewerber wissen, können oder tun?
- Wer, wie, wo, was, wann, warum, wodurch?

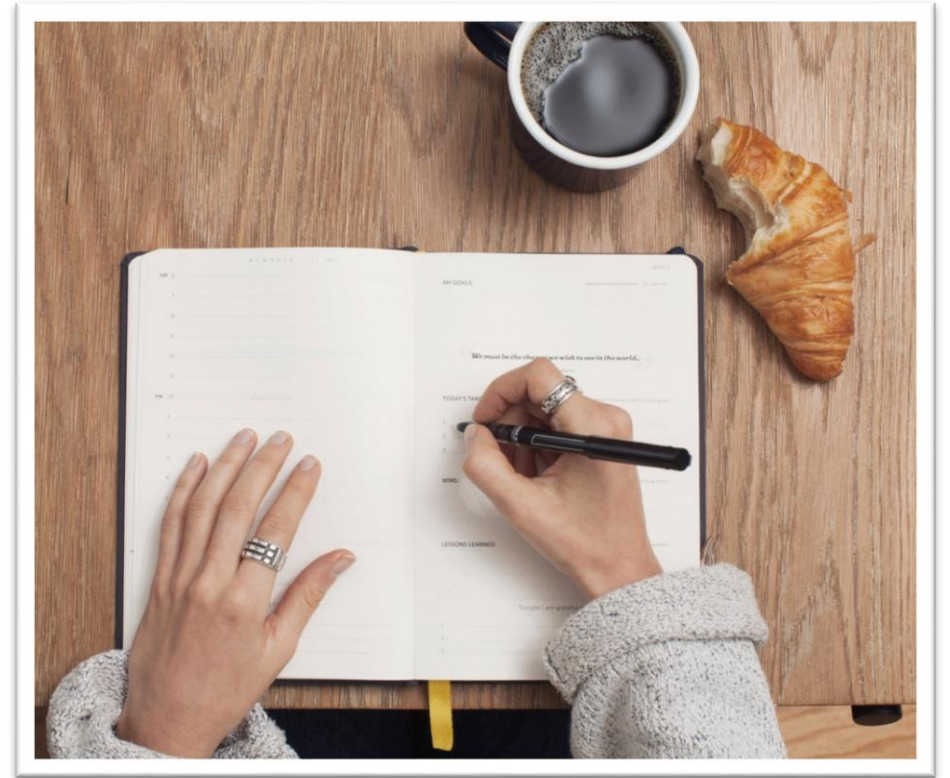


Quelle: Photofunia

Daniela Heggmaier.

Der Influencer-Lehrplan

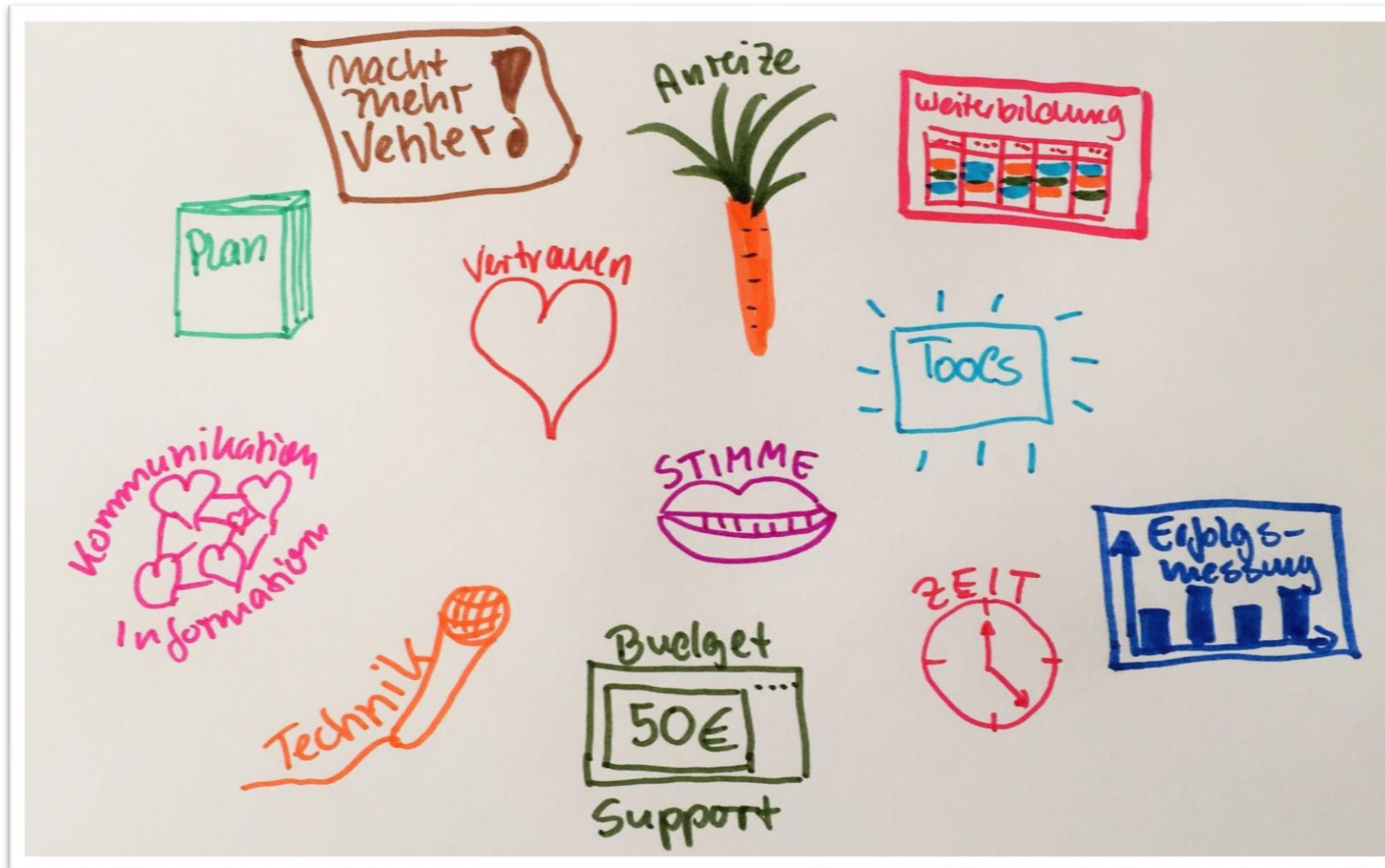
1. Schreiben (Schreibwerkstatt)
2. Fotografieren (Bildkonzept)
3. Filmen (Lernen von YouTubern)
4. Sprechen, präsentieren, Reden halten
5. Firmenstrategie (Werte, Vision, Produkte)
6. Storytelling
7. Plattformen (Lernen von XING, LinkedIn)
8. Zuhören, Conversation Management
9. Influencer Engagement
10. Was tun die anderen?
11. Krisenmanagement, Rechtliches
12. Analytics, Monitoring



Quelle: Canva

Daniela Heggmaier.

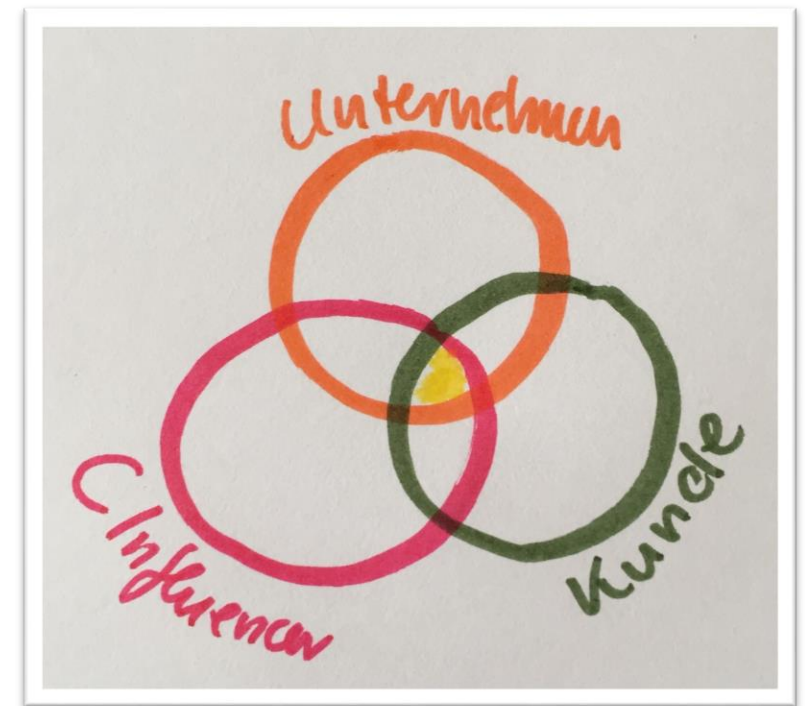
12 Ressourcen der Influencer



Daniela Heggmaier.

Nutzen und Unterhaltung statt Werbung

1. Themen des Unternehmens & eigene Sicht der Welt
2. **Nützliche Inhalte**
3. **Produkte, Services** und Anwendung
4. **Nachrichten zum Danachrichten:** Orientierung, Vision, Trends, Studien, Markttrends, Zukunftsthemen
5. **Employer Branding:** Einblicke in Arbeit, Berufsbilder, Ausbildung, Programme, Kultur, Arbeitsatmosphäre
6. Nachhaltigkeit
7. Diversity



Daniela Heggmaier.

Die 7 NoGo's beim „Influenzen“

1. Friede, Freude, Eierkuchen
2. Marketingsprech
3. Informationssenken
4. Profilmangel: Abschreiben vom Corporate Content
5. Impulsivität
6. Vertrauliches preisgeben
7. Fachidiot schlägt Kunden tot



Daniela Heggmaier.

Wie findet man Corporate Influencer?



Daniela Heggmaier.

10 Erfolgskriterien

1. **Loslassen**
2. Unternehmenskultur: Top-Down, digital
3. Freiwilligkeit & Freiräume
4. Motivation, individuelle Talente nutzen
5. Transparenz & Win-Win
6. Befähigen, beteiligen, hören, einbinden
7. Workflow: Schlanke Freigabeprozesse
8. Workload, Work-Life-Balance
9. Vorbilder, Mentoren, Buddies
10. Ein Plan



Quelle: Canva

Daniela Heggmaier.

Danke!

Daniela Heggmaier

Information säen. Erfolg ernten.

PR-Mentoring und Training für
Unternehmer*innen und Führungskräfte

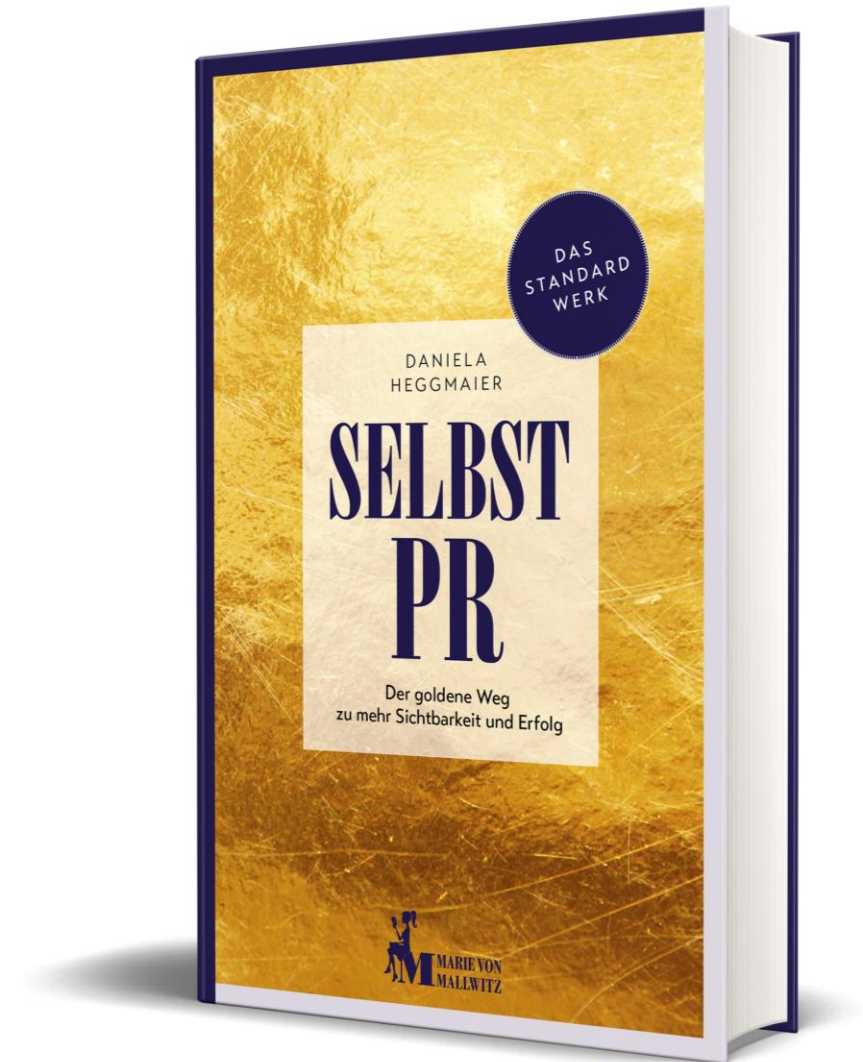
Kontakt:

Email: d.heggmaier@cat-pr.de

Blog: www.danielaheggmaier.com

Twitter: @WritingKitten

Buch „Selbst-PR: Der goldene Weg zu mehr
Sichtbarkeit und Erfolg“



Daniela Heggmaier.