SCOMPLER

ERFOLGREICHE TRANSFORMATION DURCH STRATEGISCHE INTERNE KOMMUNIKATION

WEBINAR: 19. JULI 2022

00

UNSER INTEGRATIONS-PARTNER

UNSER GAST VON STAFFBASE

Paulus Schön

Lead Product Manager
Staffbase GmbH

Paulus Schön bringt seit drei Jahren seine Begeisterung für die Produktentwicklung und IT bei Staffbase ein. Als Product Lead verantwortet er die Staffbase-Lösungen zur Planung und Auswertung der internen Kommunikation.

Plattform für Mitarbeiterkommunikation

"Staffbase ist eine Plattform für Mitarbeiterkommunikation, mit der Sie endlich alle Ihre Mitarbeiter*innen erreichen."

Mitarbeiter-App

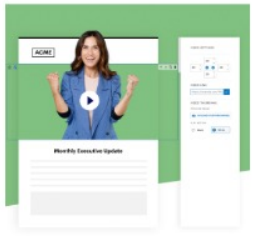
Erreichen Sie Mitarbeiter*innen unterwegs, mittels einer gebrandeten mobilen App.

Front-Door Intranet

Bringen Sie alle wichtigen News und Infos für Ihre Mitarbeiter*innen an einem zentralen Ort zusammen.

SharePoint und Teams

Verwandeln Sie SharePoint und Teams in effektive Kommunikationskanäle.



E-Mail

Erstellen Sie ansprechende E-Mails, die immer die richtigen Mitarbeiter*innen erreichen.

00

DAS TEAM

UNSER EXPERTE BEI SCOMPLER

Michael Schmitz

Head Strategy Consulting &
Partner Development, Scompler

Michael Schmitz berät als Head Strategy Consulting Kunden von Scompler, wie sie ihre Redaktionsprozesse richtig aufsetzen, und ist verantwortlich für den Aufbau des Partner-Programms.

MODERATION

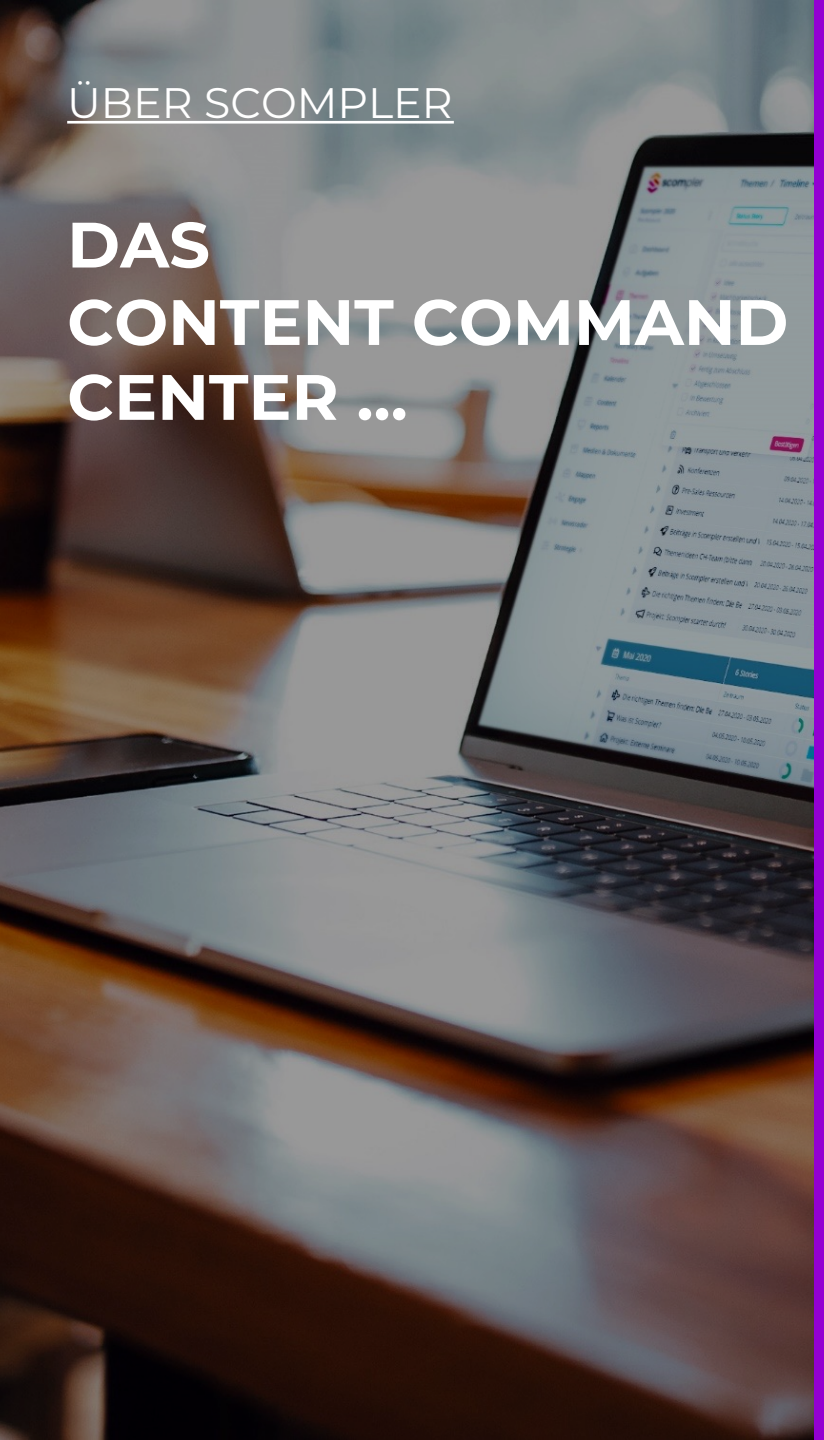
Stefan D'Amore

Content Strategy Architect
Scompler Technologies GmbH

Stefan D'Amore berät als Content Strategy Architect Kunden von Scompler, wie sie ihre Content-Strategie in Scompler abbilden, und führt Kunden unter anderem durch den Onboarding-Prozess.

AGENDA

Staffbase Kurzvorstellung	
Kontext	Kollektives Scheitern, die Mitarbeiter mitzunehmen.
Transformation & Strategie	Transformation ist ein langfristiges Projekt und bedarf der strategisch ausgerichteten internen Kommunikation.
Transformation aus der Praxis	Staffbase zeigt, wie zuerst intern kommuniziert werden sollte, zum Beispiel mit welchen Beiteiligungsformaten.
Scompler & Staffbase	Beispiele, wie Scompler und Staffbase strategisch zusammenarbeiten.
Diskussion	Wir beantworten Ihre Fragen und diskutieren mit Ihnen über die strategische interne Kommunikation.



ÜBER SCOMPLER

DAS CONTENT COMMAND CENTER …

- … für Corporate Newsrooms, Content Marketing, Redaktion und Social Media.
- Scompler erleichtert Unternehmen die Redaktionsarbeit: **Themen strategisch planen**, Assets für Beiträge verwalten, **Content-Produktion steuern**, in Social Media posten, analysieren…
- Mit Scompler können große Unternehmen ihren Content bereichsübergreifend organisieren, **Silos auflösen**, **Übersicht** und **Transparenz** herstellen.
- Unser Content Command Center ist Ihr **virtueller Newsroom**. Damit lässt sich Ihre Redaktion und/oder Ihr Content Marketing einfacher organisieren. **Für besseren und erfolgreicheren Content.**

scompler
Themen / Themenfelder / Standard-Ansicht
Hinzufügen
Filter hinzufügen
Bild ausblenden
Alle Themen einklappen
Das Scompler Team
Kundengewinne
Investment
Dashboard
Aufgaben
Themen
Kalender
Content
Reports
Medien & Dokumente
Mappen
Engage
Newsradar
Strategie

UMFRAGE (I)

01

KONTEXT

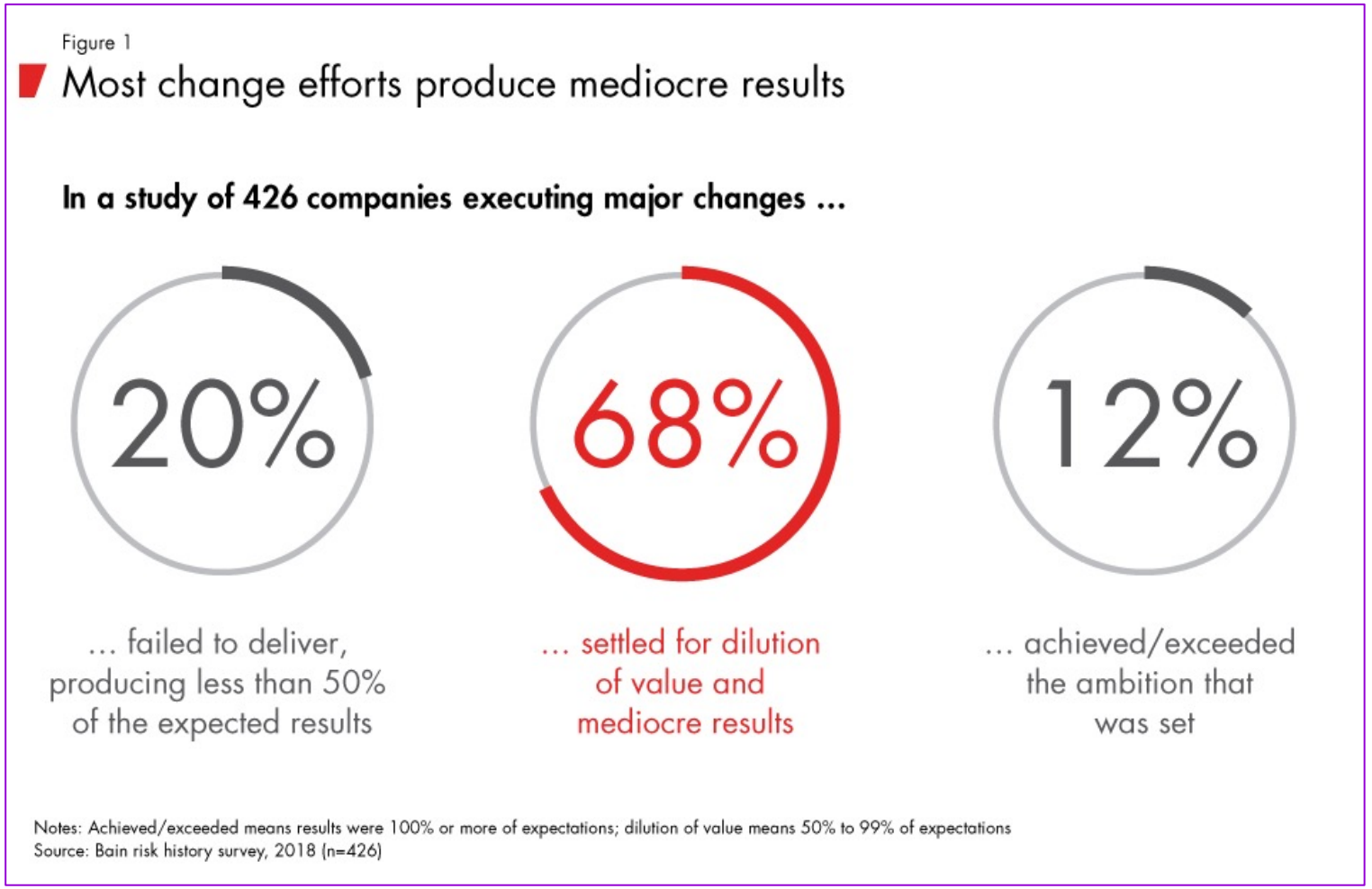
DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

„Wenn Sie einen scheiß Prozess digitalisieren, dann haben Sie einen scheiß digitalen Prozess.“

Thorsten Dirks, ehemaliger CEO Telefónica Deutschland

Kollektives Scheitern

- Nur 12 Prozent der Unternehmen schließen die digitale Trans-formation vollständig & erfolgreich ab.
- Mehr als zwei Drittel der Unternehmen sind lediglich Mittelmaß und bleiben deutlich hinter ihren eigenen Erwartungen zurück.



„Soul Searching: True Transformations Start Within“, Bain & Company, 2018

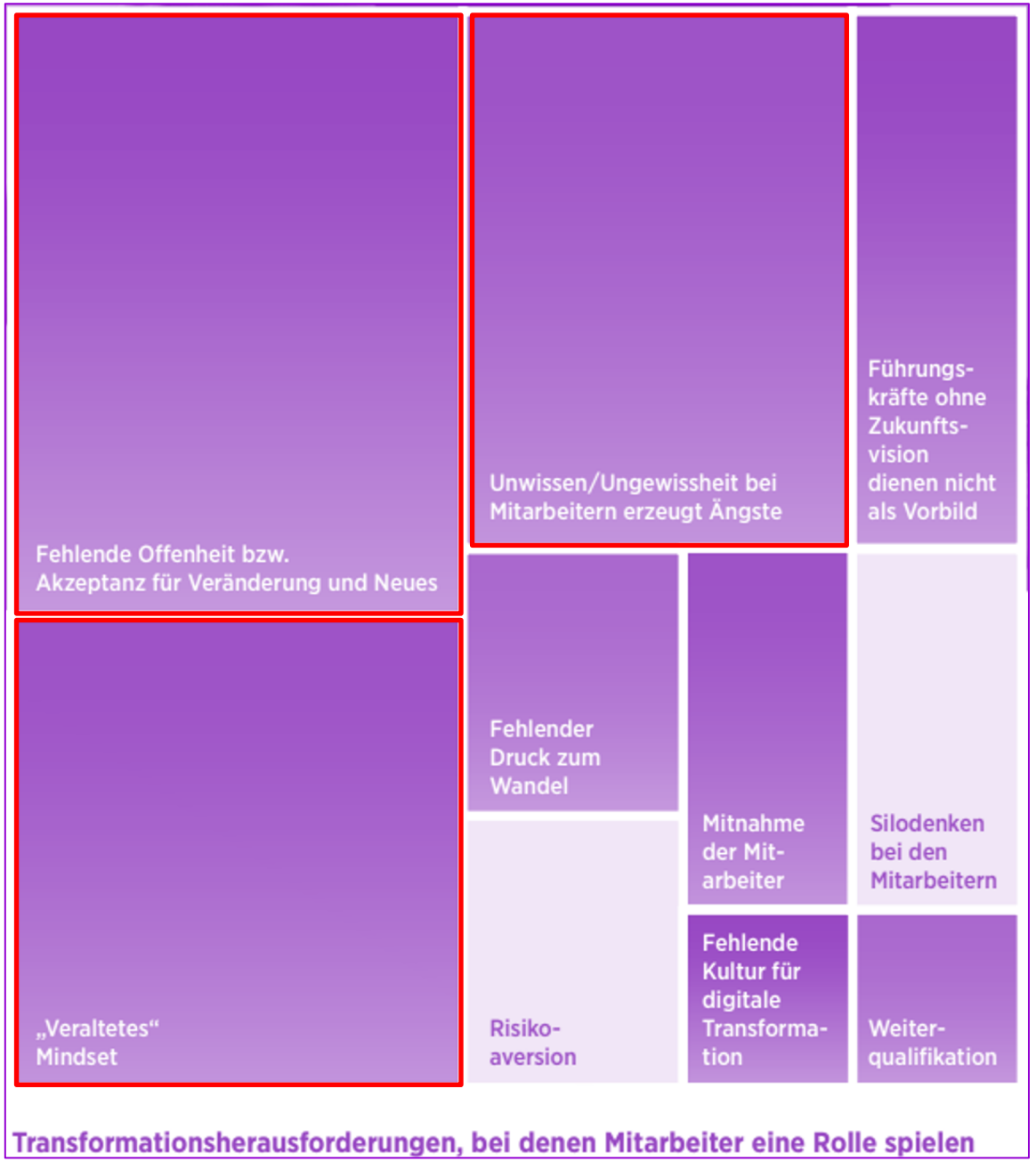
Woran liegt‘s?

„Wenn Sie die digitale Transformation ohne das Involvement der Mitarbeiter durchziehen, bekommen Sie ein scheiß Ergebnis.“

DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

Sind Mitarbeitende bereit für die Transformation?

- In den Feldern Bereitschaft, Offenheit, Einstellung spielt **Kommunikation** eine **große Rolle**.
- Die **interne Kommunikation** hat einen großen **Hebel** zum Umgang mit diesen Herausforderungen und damit zur **Mitnahme** der **Mitarbeitenden** im **Transformationsprozess**.



Die Rolle der internen Kommunikation bei der Transformation, Lanxess/Handelsblatt Research Institute, 2020

KOMMUNIKATION IN DER TRANSFORMATION UND KRISE

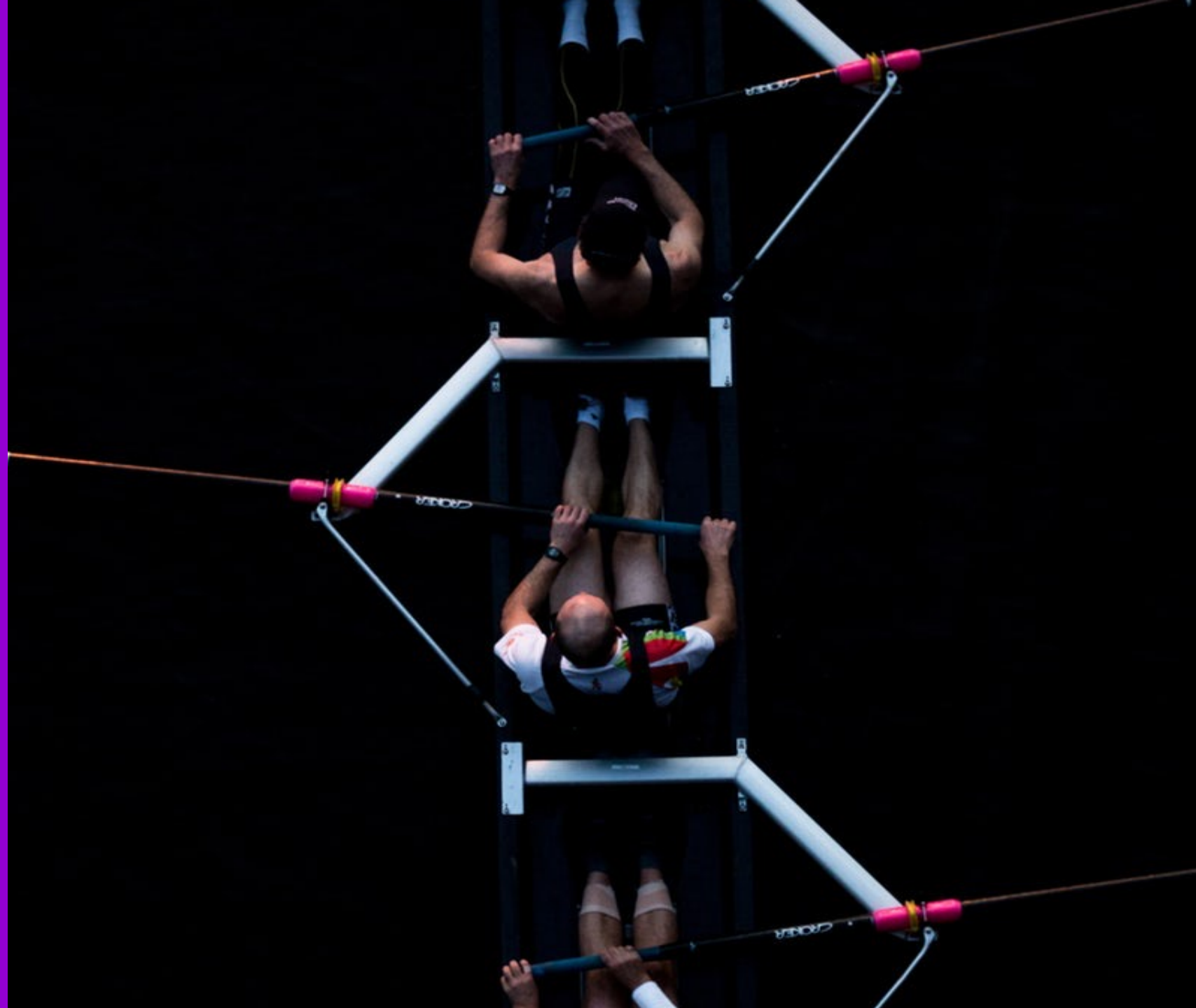
Do it like Habeck!

- Das Tun **erklären**, vor welchem **Hintergrund** die Transformation erfolgt
- Komplizierte **Zusammen-hänge** einfach **erklären**
- Den **Kontext** herstellen, damit Menschen **verstehen**, was die Maßnahmen für sie **konkret bedeuten**
- **Appellieren** an den **Zusammenhalt**, um die Herausforderungen **gemeinsam** zu meistern.

DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

Transformation ist Managementaufgabe

Wenn der Unternehmens-wandel **nicht** von der **Führungsspitze** vorangetrieben wird, wird es **keinen Wandel** geben.



DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

Mitarbeiter sind **verunsichert.**

Der Wandel löst **existenzielle Ängste** aus.

DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

Eine der zentralen Aufgaben digitaler Transformation:

- Den **Mitarbeitern** muss **aufgezeigt** werden, **wieso** der Change **notwendig** ist
- **Worin** er besteht.
- Welche **Auswirkung** er auf den **Mitarbeiter** hat.

Denn wer den Sinn hinter seinem Tun nicht (er)kennt, wird auch nicht ins Tun kommen!

DIE SITUATION IN CHANGE-PROJEKTEN

Beteiligungsformate

- Es gibt eine Reihe von **erprobten Formaten**, wie Mitarbeiter **aktiviert**, **eingebunden**, **informiert** werden können.
- Dabei handelt es sich zumeist um **laufende Maßnahmen** oder **zeitlich gestaffelte Ereignisse**.
- **Was aber ist das Fundament für alle diese Maßnahmen?**

Mitarbeiter-Info-Veranstaltungen

Digital Signage

Roundtables

Workshops

Projektseiten Intranet

Chatbots

Projekt Wikis

Projekt-newsletter

Fragerunden

Umfragen

Videos

Poster

01

STRATEGISCHE INTERNE KOMMUNIKATION.

Transformation ist ein **langfristiges** Projekt.

Damit ist deren **Kommunikation** ebenfalls eine **langfristige**, **nachhaltige** Aufgabe und verlangt eine **Strategie**.

DER KERN

STRATEGIE ALS FUNDAMENT

- Unternehmen brauchen einen **strategischen Kommunikationsansatz**, mit dem sie ihre **Mitarbeiter** auf deren **Transformationsreise** stetig **begleiten**.
- Es gilt, die **Mitarbeiter** mit den richtigen **Botschaften** und Inhalten auf den richtigen **Kanälen** anzusprechen.
- Basis dafür ist die **Transformations-Story**, also das **Narrativ**, aus dem sich **alle Inhalte ableiten**.

Transformations-Kommunikation beginnt immer mit dem **Why!**

Aber: Es geht nicht darum, **WARUM** die Transformation nötig ist

Sondern: Die Mitarbeiter müssen verstehen, **WOZU** die Transformation dient

DIE ARCHITEKTUR

DIE STRATEGISCHE ABLEITUNG DER TRANSFORMATIONS-STORY

WIE DAS ZENTRALE NARRATIV DURCH-DEKLINIERT WIRD.

1. **Die Transformations-Story**
   Das zentrale Narrativ, aus dem sich alle Inhalte ableiten

2. **Die Themen**
   Die Konkretisierung über die verschiedenen Facetten der Transformations-Story

3. **Die Stories**
   Kontext für die Zielgruppen, Einordnung, Bedeutung und konkreter Bezug

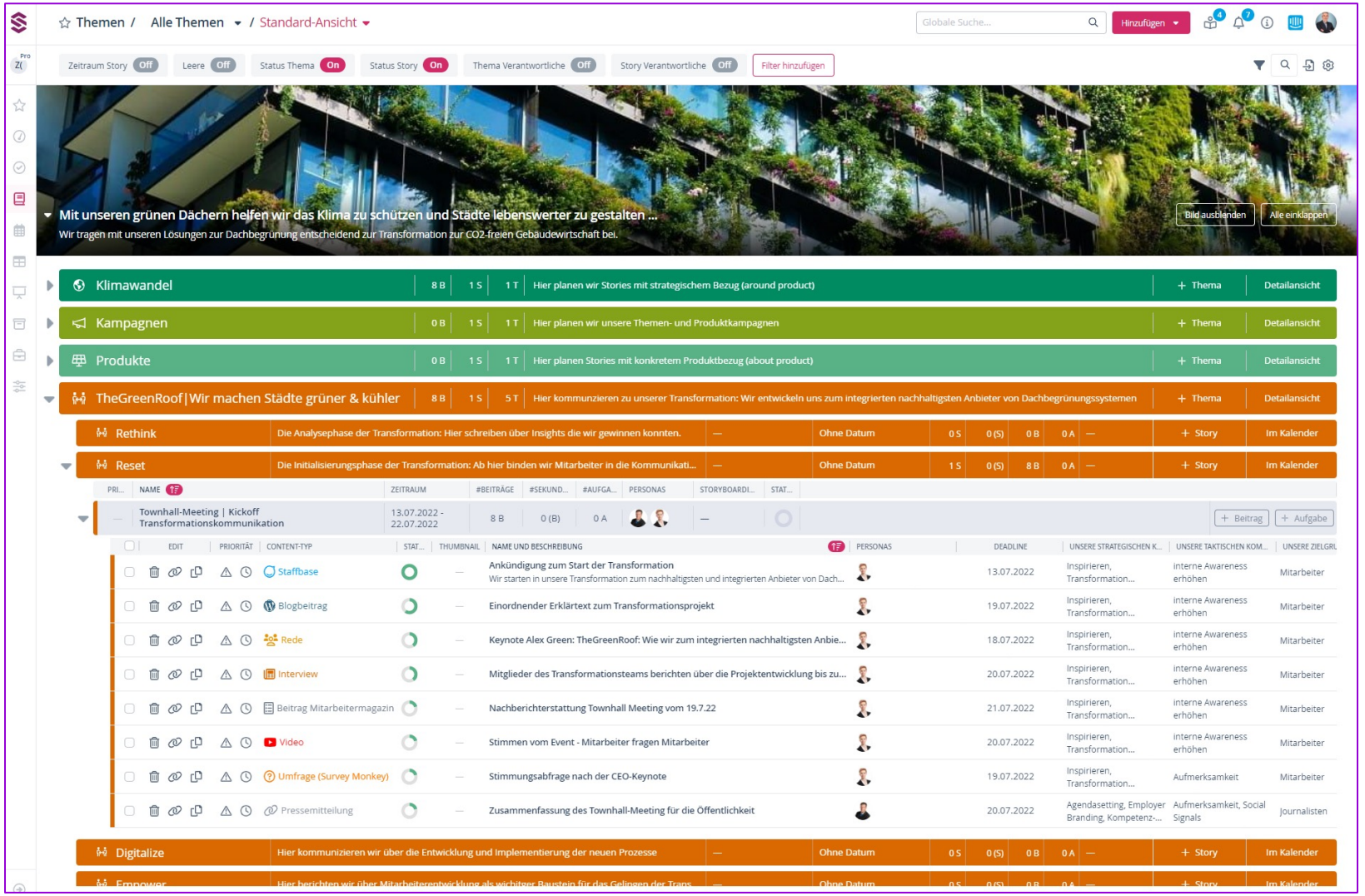
4. **Die Beiträge**
   Konkretes Content-Stück für den jeweiligen Kanal

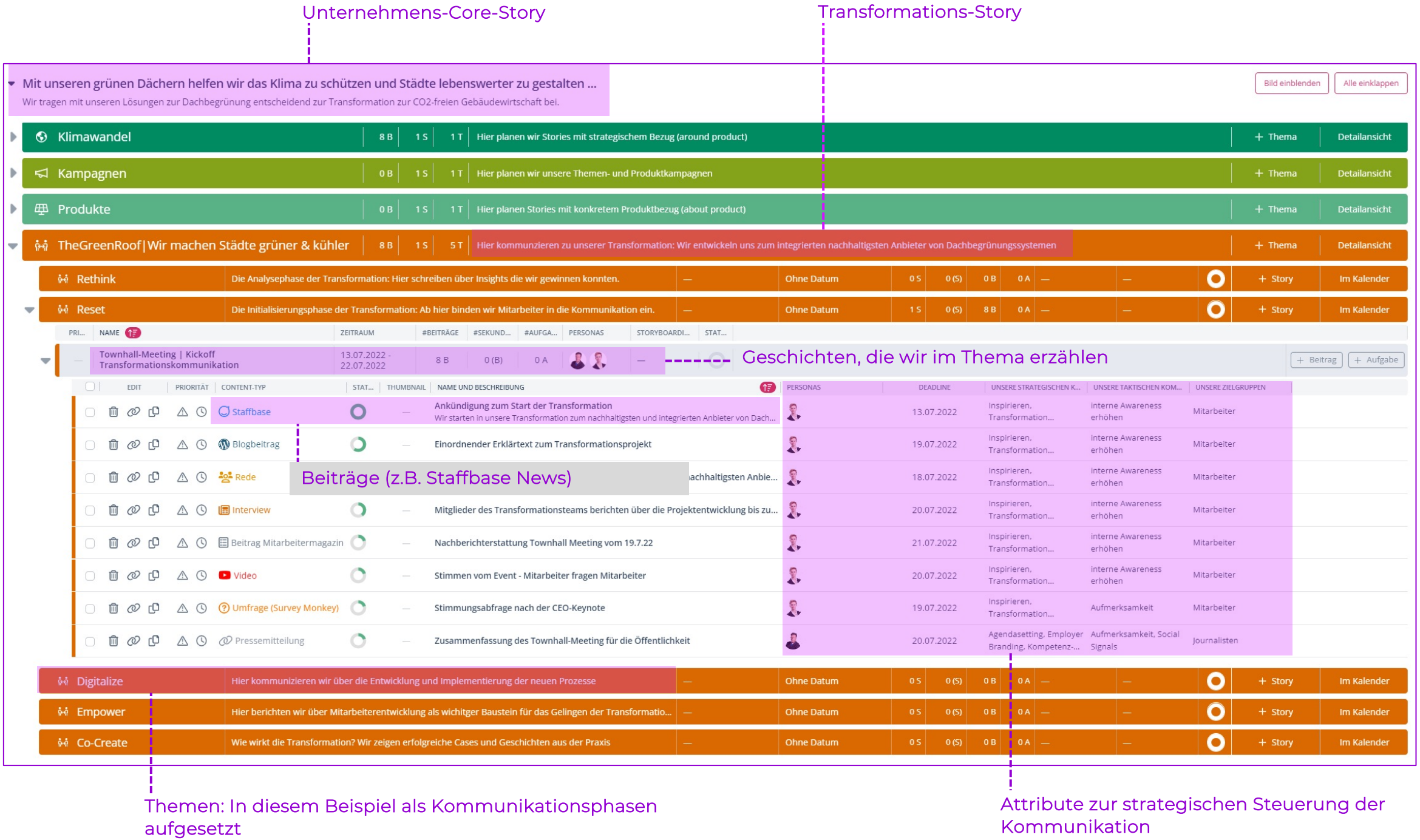
Konkretisierung und Bezug zu Zielgruppen

EINORDNUNG

VERHÄLTNIS ZUR KOMMUNIKATIONS-STRATEGIE

- Die Transformations-kommunikation ist **Teil** der **Gesamtkommunikation.**
- Sie **richtet** sich nach der **Kommunikationsstrategie.**
- Sie steht im **Kontext** zur **Unternehmens-Core-Story.**
- Sie **leitet** sich aus dem **Narrativ ab**, hat aber Raum für eine **eigene Perspektive.**




Unternehmens-Core-Story
Transformations-Story
Mit unseren grünen Dächern helfen wir das Klima zu schützen und Städte lebenswerter zu gestalten ...
Wir tragen mit unseren Lösungen zur Dachbegrünung entscheidend zur Transformation zur CO2-freien Gebäudewirtschaft bei.
Bild einblenden
Alle einklappen
Klimawandel
Hier planen wir Stories mit strategischem Bezug (around product)
Kampagnen
Hier planen wir unsere Themen- und Produktkampagnen
Produkte
Hier planen Stories mit konkretem Produktbezug (about product)
TheGreenRoof|Wir machen Städte grüner & kühler
Hier kommunzieren zu unserer Transformation: Wir entwickeln uns zum integrierten nachhaltigsten Anbieter von Dachbegrünungssystemen
+ Thema
Detailansicht
Rethink
Die Analysephase der Transformation: Hier schreiben über Insights die wir gewinnen konnten.
Reset
Die Initialisierungsphase der Transformation: Ab hier binden wir Mitarbeiter in die Kommunikation ein.
Ohne Datum
+ Story
Im Kalender
Townhall-Meeting | Kickoff Transformationskommunikation
13.07.2022 - 22.07.2022
Geschichten, die wir im Thema erzählen
+ Beitrag
+ Aufgabe
Staffbase
Ankündigung zum Start der Transformation
Wir starten in unsere Transformation zum nachhaltigsten und integrierten Anbieter von Dach...
Blogbeitrag
Einordnender Erklärtext zum Transformationsprojekt
Rede
Beiträge (z.B. Staffbase News)
Interview
Mitglieder des Transformationsteams berichten über die Projektentwicklung bis zu...
Beitrag Mitarbeitermagazin
Nachberichterstattung Townhall Meeting vom 19.7.22
Video
Stimmen vom Event - Mitarbeiter fragen Mitarbeiter
Umfrage (Survey Monkey)
Stimmungsabfrage nach der CEO-Keynote
Pressemitteilung
Zusammenfassung des Townhall-Meeting für die Öffentlichkeit
13.07.2022
19.07.2022
18.07.2022
20.07.2022
21.07.2022
Inspirieren, Transformation...
interne Awareness erhöhen
Aufmerksamkeit
Agendasetting, Employer Branding, Kompetenz-...
Aufmerksamkeit, Social Signals
Mitarbeiter
Journalisten
Digitalize
Hier kommunizieren wir über die Entwicklung und Implementierung der neuen Prozesse
Empower
Hier berichten wir über Mitarbeiterentwicklung als wichtiger Baustein für das Gelingen der Transformatio...
Co-Create
Wie wirkt die Transformation? Wir zeigen erfolgreiche Cases und Geschichten aus der Praxis
Themen: In diesem Beispiel als Kommunikationsphasen aufgesetzt
Attribute zur strategischen Steuerung der Kommunikation

NOCHMAL ZUSAMMEN-GEFASST

WANN IST INTERNE KOMMUNIKATION STRATEGISCH?

Die interne Kommunikation ist strategisch, wenn …

- sie die **Grundlage** für **sämtliche interne Kommunikationsmaßnahmen** des Unternehmens bildet.
- sie eine **langfristige Planungsperspektive** einnimmt.
- sie auf einem **zentralen Narrativ** aufbaut, das in allen Kommunikationsaktivitäten erzählt wird.
- sie auf **strategische Ziele einzahlt**.
- sie die **internen** Kommunikationsformate in der **Transformations-Kommunikation** mitdenkt.
- **Next Level:**
  Wenn die festgelegten Themen **gescored** werden und so die **Kommunikation priorisiert** und **fokussiert** wird (und so auch entschieden werden kann, welche Themen nicht gespielt werden).

ERREICHBARKEIT

DISTRIBUTION UND INTERAKTION

- Die Transformation betrifft **jeden Mitarbeiter**
- Wie stellen wir sicher, dass **alle mitgenommen** werden
- Das setzt voraus, dass man die **richtigen Plattformen** und **Kanäle** einsetzt

02

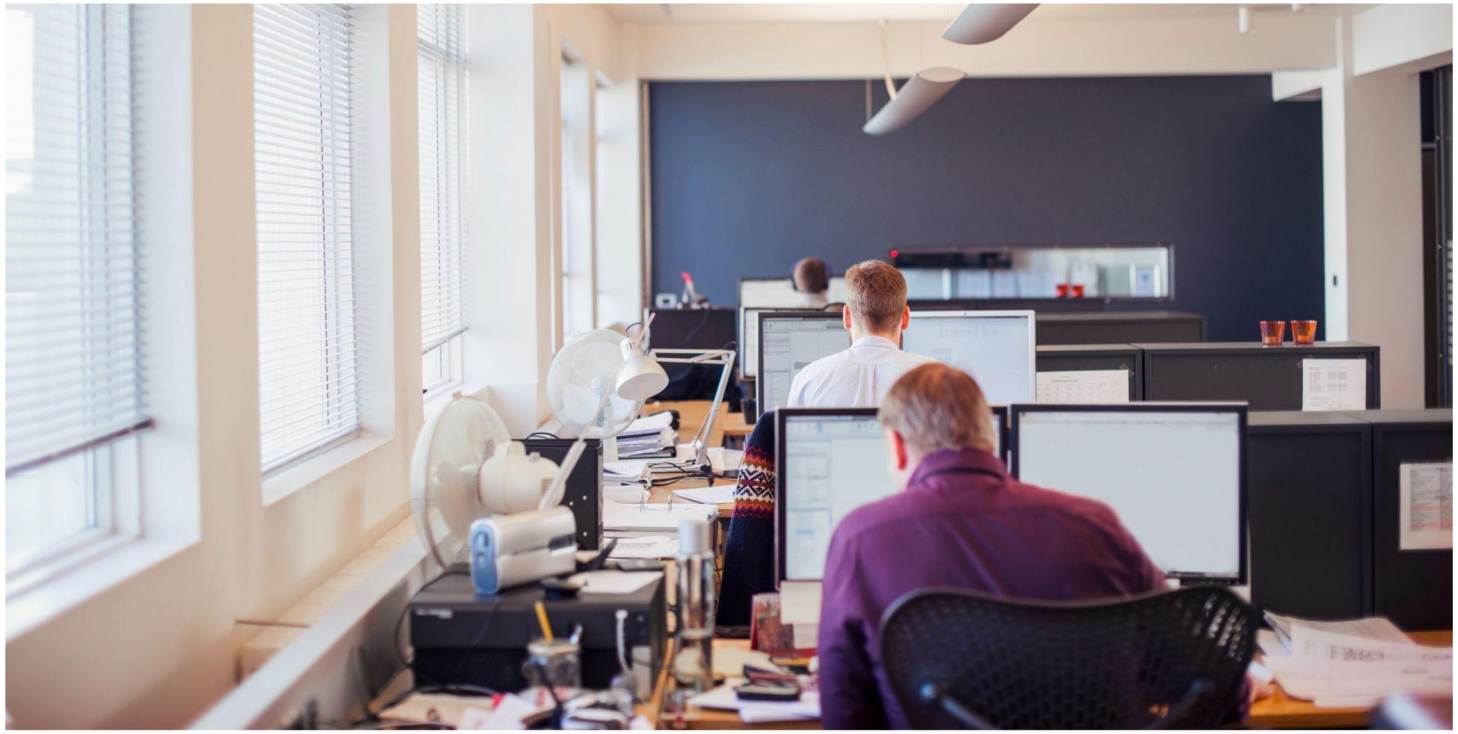
ERFOLGREICHE TRANSFORMATION IN DER PRAXIS

Erfolgreiche Transformation

Internal First Strategy

- ✓ Mitarbeitende zuerst abholen
- ✓ Inhalte zielgruppengerecht aufbereiten
- ✓ Sorgen verstehen, reagieren
- ✓ Mitarbeitende für den Change gewinnen
- ✓ Höhere Motivation, stärkere Bindung

Erfolgreiche Transformation - das Problem

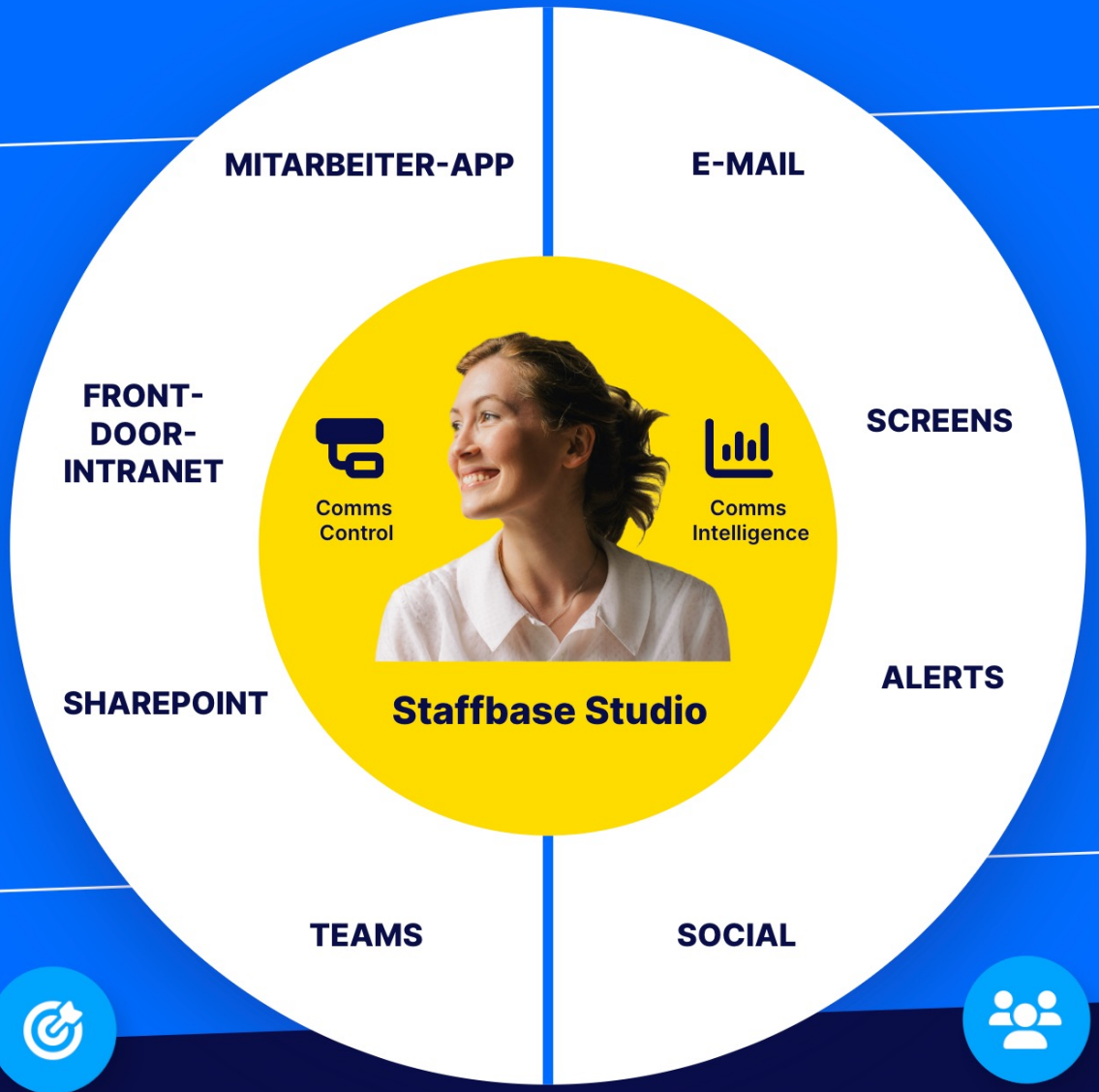


Das alte Intranet: ***Ich erreiche die Mitarbeitenden nicht***

Die vollständige **Communications Management** Plattform

Communications **Central**

Communications **Boosters**



200+ Partner

Vorlagen & Best Practices

Strategische Beratung

Staffbase Community

Reifegrad-Test für IK

Staffbase Campus

Erfolgreiche Transformation – in der Praxis

Definition strategischer Ziele, Operationalisierung in Kommunikationsmaßnahmen

- **Mitarbeitende Erreichen**
  - ✓ Da wo sie sind: App, Digital Signage, Intranet, SharePoint, Teams
  - ✓ Adoption Treiber: Speiseplan, Contests, Social, Event Registrierung, Chat
- **Ansprechende Inhalte**
  - ✓ Vielfältige, vorgefertigte Bausteine zum einfachen Gestalten von Beiträgen
  - ✓ Gruppierung mit Hilfe von Hashtags
- **Effektive Distribution**
  - ✓ Targeting von Inhalten & individuelle Gestaltung der Startseite
  - ✓ Communications Boosters: Push, E-Mail Benachrichtigungen und Newsletter
  - ✓ Lesebestätigung, Reichweitenmessung und gezielter Resend

Beteiligungsformate

- ✓ Ideengenerierung über Formulare
- ✓ Organisation von Events wie Town-hall Meetings
- ✓ Spielerisches Lernen über Quizzes
- ✓ Austausch über Chat und Social-Walls

Stimmung messen und reagieren

- ✓ Vielseitige Statistiken zu einzelnen Posts: Reichweite, Interaktionen, neu: Traffic Sources
- ✓ Reaktionen auf Beiträge
- ✓ Kommentare zentral überblicken, moderieren und reagieren
- ✓ Ganzheitliche Erfolgsmessung über Umfragen (z.B. eNPS)

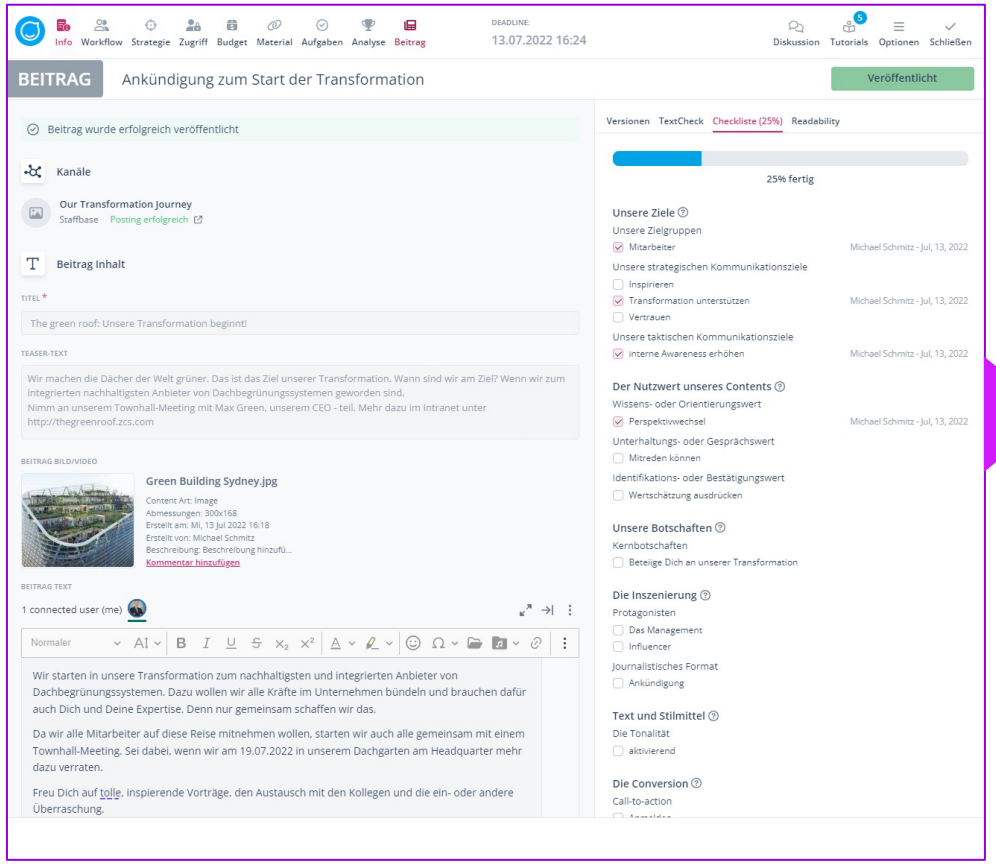
= Ganzheitliche Unterstützung im Transformationsprozess

03

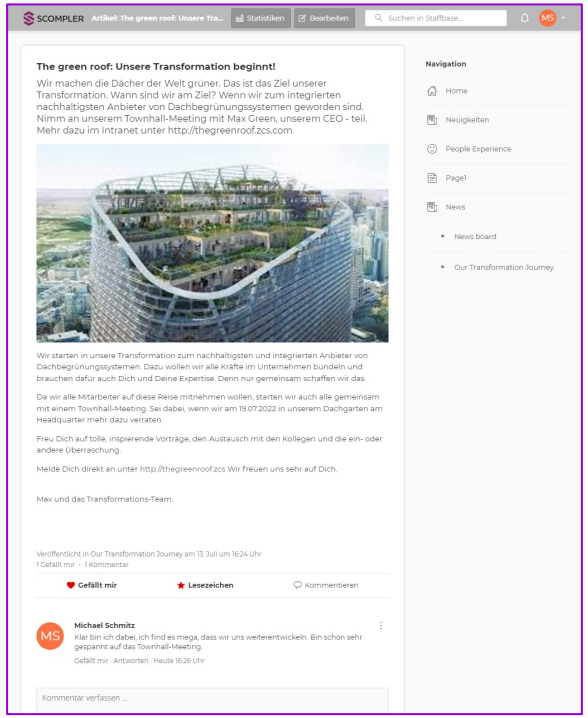
DAS ZUSAMMENSPIEL STAFFBASE UND SCOMPLER

WIE STAFFBASE UND SCOMPLER INEINANDERGREIFEN

Beispiel: Verbindung Scompler zu Staffbase



Erstellung und Publizierung Beitrag in Scompler (Staffbase News) - Führung durch strategische Vorgaben



Publizierter Beitrag im Staffbase-Portal

Publizierter Beitrag in der Staffbase-App

WIE STAFFBASE UND SCOMPLER INEINANDERGREIFEN

Sich ergänzende Plattformen

	Strategie	Planung	Umsetzung	Analyse
SCOMPLER	**Themenarchitektur** (Themenlandschaft inkl. Transformations-Story) **Strategie-Fundament** (Ziele, Zielgruppen, KPIs, Botschaften, Kanäle, Content-Typen, Inszenierung etc.) **Themen-Scoring**	**Redaktionskonferenz-System** (Ideenpool, Strategie-Meeting, Weekly, Daily, etc.) **Verschiedene Planungsperspektiven:** • nach Themen • in Kampagnen, • Anlassgetriebene Kommunikation, z.B. Events	**Beitragserstellung** (Unterstützt durch Briefings und Checklisten, z.B. aus Strategie) **Ausspielung von Beiträgen in Staffbase**	**Content-Analyse nach Output und Performance** **Strategie-Controlling** (z.B. Zielgruppen-Fit, Kernbotschaften, Kanalmix, eingesetzte Call-To-Actions)
Staffbase	**Strategische Ziele** **Touch Points** (App, Intranet, Digital Signage, Sharepoint, Teams) **Distribution** (Targeting, E-Mail, Newsletter)	**Beiträge** **Beteiligungsformate** (Quizzes, Formulare, Contests, Umfragen, Chats, Social Walls) **Events**	**Beitragserstellung** **Aufsetzen der Beteiligungsformate** **Moderation der Kommentare**	**Reichweite** **Reaktionen** **Kommentare** **Beitrags-Statistiken** **Umfrageergebnisse**

WIE STAFFBASE UND SCOMPLER INEINANDERGREIFEN

Was geschieht wo

SCOMPLER

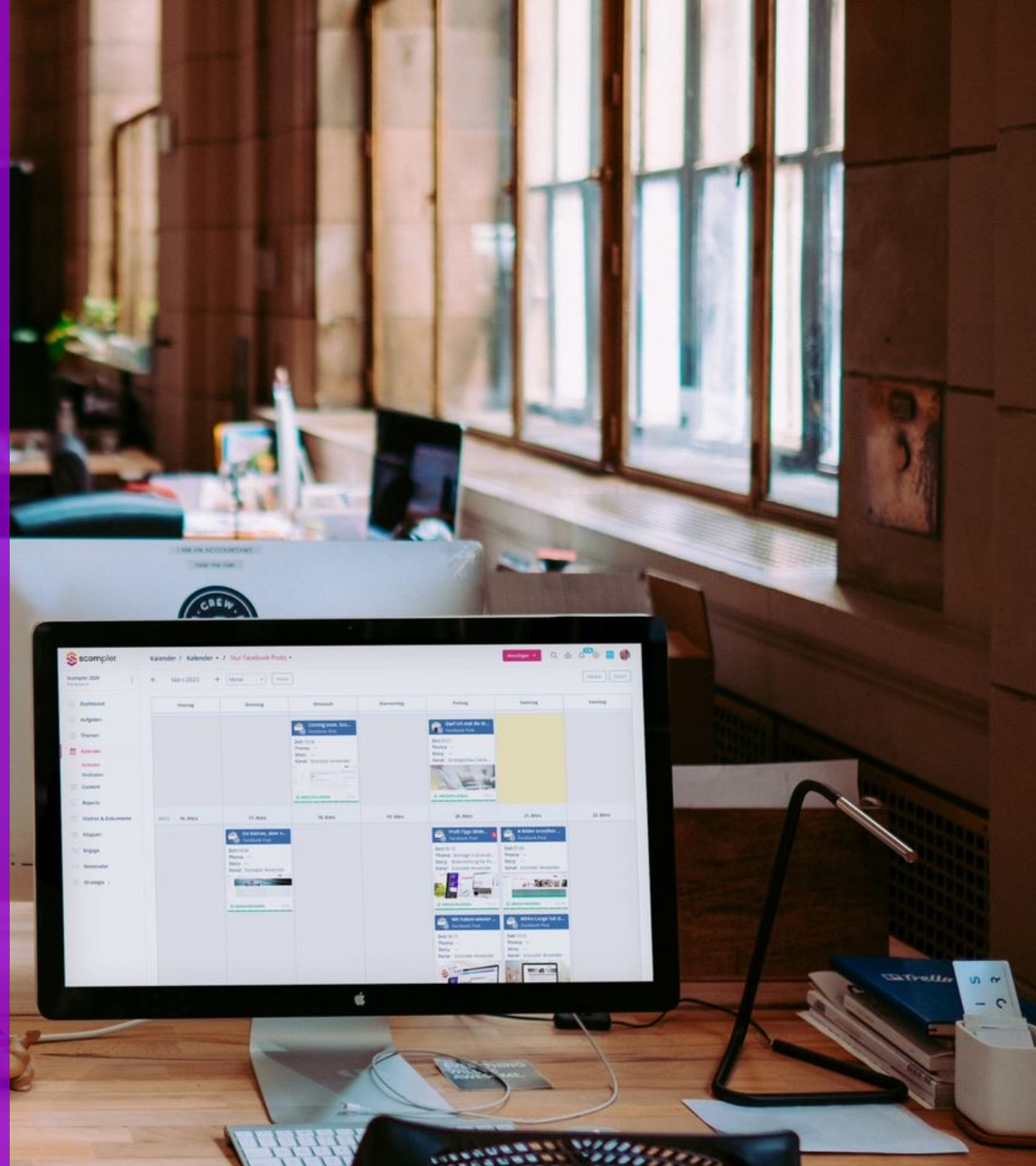
- **aus der Strategie** heraus Themen, Stories und Beiträge für die Transformation **planen** und **erstellen.**
- **Strategische Vorgaben** (Ziele, Formate, Call-to-actions) am **Content platzieren** und damit die **Transformationskommunikation steuern.**
- **Interne Kanäle planen** und aufeinander **abstimmen** (Events, Staffbase, Digital Signage, Intranet, usw.).
- **Ausspielung** von Maßnahmen in **Staffbase.**

Staffbase

- **Präsentation** der **geplanten** und erstellten Maßnahmen aus **Scompler**.
- Fortführung und **Erweiterung** der **Kommunikation** durch **Beteiligungsformate** (Umfragen, Quizzes) und Kampagnen.
- **Messung** der Interaktionen der Mitarbeiter.
- **Community**: Aktivierung der Mitarbeiter.

04

DISKUSSION UND FRAGEN



scompler
Themen / Themenfelder / Standard-Ansicht
Hinzufügen
Filter hinzufügen
Bild ausblenden
Alle Themen einklappen
Dashboard
Aufgaben
Themen
Kalender
Content
Reports
Medien & Dokumente
Mappen
Engage
Newsradar
Strategie
Das Scompler Team
Kundengewinne
Investment
+ Story
Im Kalender
+ Beitrag
+ Aufgabe

UMFRAGE (II)

VIELEN DANK

Standard-Ansicht
Hinzufügen
Filter hinzufügen
Bild ausblenden
MACHBARKEITSCHECK
BESCHLOSSEN
ANSTEHEND
IN KONZEPTION
IN UMSETZUNG