

Entwicklung einer Corporate Digital Strategy

Ausgangslage

- Dialog mit Stakeholdern in Social Media fördern
- Komplexe Aspekte bei der Positionierung eines pharmazeutischen Unternehmens auf Social Media zu beachten: Corporate Policy, strenge rechtliche Richtlinien, hoher Komplexitätsgrad der Themen
- Essentielle Maßnahmen waren: eine verständliche Strategie, zielgerichtete Prozessen, klare Zuständigkeiten und Guidelines zur Implementierung

WIE HABEN WIR ES GEMACHT

- Social Media-Umfeldanalyse und Benchmarking
- Entwicklung von Personas
- Workshops zur Definition einer Social Media-Strategie
- Implementierungshandbuch
- Management-Trainings zu Social Media und Social Positionierung
- Social Media Krisen-Simulation
- Mitarbeiter-Events zu Corporate Policy

