

Die Elemente der „Hierarchie der Kommunikation“

(Quelle: Klaus J. Stöhlker, Zollikon)

Die „Hierarchie der Kommunikation“ ist ein Instrument (Tool), das als Grundlage für den Aufbau einer Kommunikations-Strategie dient. Auf dieser Basis können die individuell wichtigen Teile der Kommunikations-Praxis richtig angeordnet werden. Die Verantwortung der zuständigen Kommunikations- und Informationsleiter kann genauer definiert werden. Die Kommunikationspläne werden präziser, effizienter und in den Ergebnissen besser kontrollierbar.

Die „Hierarchie der Kommunikation“ setzt sich aus den Hauptteilen „Marketing Communications“, „Corporate Communications“, „Public Affairs“ zusammen. Mit dem Begriff der Hierarchie verbindet sich eine qualitative Wertung, deren Umsetzung die entsprechenden Fähigkeiten und Eigenschaften voraussetzt.

Marketing Communications

- Brand Communications
 - Consumer- und Trade Promotion
 - Product Exposure
 - Product Samplings
- Media- (Print, TV, Radio)
 - Brand Publicity (Medienarbeit)
- Customer Relations
 - Customer Programs
 - Customer Hospitality
 - Loyalty Programs
 - One-to-one Marketing
 - Mass Customisation
 - Affiliate Marketing
 - Couponing
 - Customer-Relationship-Management

- Data Mining
- B2B Marktplätze
- Websites (Marketing Level)
- Online-Werbung
- Event Marketing / Campaigning
 - Mobile-Marketing
 - Permission Marketing
 - Dialog Marketing
 - Live Communications

Corporate Communications

- Image Building on Corporate Level
 - Corporate Governance
 - Corporate Culture / Corporate Behaviour
 - Corporate Identity
 - Corporate Design
 - Image Advertising
- Human Relations / Internal Relations
- Financial Relations / Investor Relations
- Sponsoring (on Corporate Level)
- Crisis Management
- Community Building
- Websites Corporate Level
- E-Mail-Newsletter
- Integrierte Kommunikation

Public Affairs

- Corporate Credibility Programs
 - Corporate Reputation
- Global Relations / Global Coordinations
 - Political Campaigning
- Government Relations
 - Lobbying
- Corporate Responsibility Programs
 - Corporate Citizenship

Stand: 12. November 2003