

PRESSEMELDUNG

Neues Framework: „In sieben Schritten zum erfolgreichen auditiven Corporate Content“

Strategie- und Audio-Experte Stephan Schreyer und Dr. Daniel Schallmo, Professor für Digitale Transformation und Entrepreneurship, liefern mit ihrem Framework hilfreiche und pragmatische Denkanstöße für den strategischen Entstehungsprozess hörbarer Unternehmensinhalte.

Hemsbach/Ulm, 18.01.2021 – Strategie- und Audio-Experte Stephan Schreyer und Dr. Daniel Schallmo, Professor für Digitale Transformation und Entrepreneurship an der Hochschule Neu-Ulm, haben gemeinsam ein Framework für auditiven Corporate Content entwickelt. „In sieben Schritten zum erfolgreichen auditiven Corporate Content“ liefert Unternehmen einen Rahmen, wie hörbare Inhalte aus der Marke strategisch erarbeitet werden und erfolgreich auf diese einzahlen. Anhand von sieben Schritten bietet das Framework eine Anleitung für die Konzeption. Es eignet sich für Unternehmen jeder Größe.

Unternehmen und Marken beschäftigen sich immer häufiger mit Audio, Voice und auditivem Content. Insbesondere in den Bereichen Kommunikation und Marketing werden Inhalte hörbarer. Derzeit boomt besonders Podcasting, wie kaum ein anderes Content-Format. Allerdings sind die Anforderungen an erfolgreiche Corporate-Formate komplex und erfordern mehr, als ein Mikrophon. Erfolgsentscheidend für eine nachhaltige Wirkung auf Unternehmen und/oder Marke ist eine individuelle, strategisch-konzeptionelle Herangehensweise.

Das Framework hilft den Bereichen Marketing und Unternehmenskommunikation, den strategischen Prozess für die Entwicklung auditiven Contents zu visualisieren, strukturieren und gliedern. Schreyer und Schallmo legen dabei großen Wert auf Pragmatismus, der im Arbeitsalltag nötig ist.

Im Mittelpunkt steht bei der Konzeption die konsequente Fokussierung auf Relevanz und Mehrwert für die Zielgruppe sowie die Schaffung positiver, emotionaler Erlebnisse. Besonderes Augenmerk liegt außerdem auf der Entwicklung einer Reichweitenstrategie, die für den Erfolg von Content entscheidend ist.

Die sieben Schritte des Frameworks beinhalten konkrete Ziele, Aktivitäten und Ergebnisse.

Basis des Frameworks war das Prinzip des Design Thinking. Der Ansatz des Design Thinking verfolgt das Ziel, neue Lösungen für bestehende Probleme zu entwickeln. Diese Lösungen orientieren sich konsequent an den Bedürfnissen der Nutzer. Der Design Thinking Prozess ist klar strukturiert und erfolgt iterativ. Innerhalb des Design Thinking Prozesses setzt ein multidisziplinäres Team Techniken ein.

Design Thinking wird dabei nicht nur für neue Produkte und Dienstleistungen, sondern z.B. auch im Rahmen der Optimierung von Organisationsprozessen, der internen Weiterbildung, der Zusammenarbeit und des Wissenstransfers und sowie der Erstellung von Marketingkampagnen eingesetzt. Schreyer und Schallmo haben den Ansatz und die Prinzipien des Design Thinking für ihr Framework auf auditiven Corporate Content übertragen. Dabei bietet Design Thinking Vorteile wie z.B. eine verbesserte Arbeitskultur, effizientere Innovationsprozesse und integrierte Kunden.

Aufgrund der kontinuierlichen Entwicklung im Bereich des digitalen Contents werden Schreyer und Schallmo das Framework stetig weiterentwickeln und anpassen. Das heute vorliegende Framework ist der erste Aufschlag. In regelmäßigen Abständen erstellen Schreyer und Schallmo kontinuierlich zu jedem der sieben Schritte ein weiteres Framework.

Über Stephan Schreyer

Schreyer ist Kommunikator und Audioexperte mit strategischem Fokus. Er berät Unternehmen, Kommunen und Personen des öffentlichen Lebens zu strategischer und digitaler Kommunikation sowie dem Thema Audio. Der Diplombetriebswirt lehrt zudem als Dozent in verschiedenen Bildungseinrichtungen. Dazu gehören die ARD.ZDF medienakademie, die Deutschen Presseakademie, die Quadriga Hochschule und die Akademie der Deutschen Medien. Schreyer ist Autor des Buches „Podcasts in der Unternehmenskommunikation“ und schreibt seit Anfang 2019 eine regelmäßige Kolumne für das Branchenmagazin „W&V“. In seinem Podcast-Format „Freitagsspitzen“ spricht mit wechselnden Interviewpartnern zu den Themen Digitalisierung und Medien. Zu seinen Gästen gehörten unter anderem Frank Bodin, Martin Suter, Heiner Lauterbach.

Über Dr. Daniel Schallmo

Dr. Daniel Schallmo ist Ökonom, Unternehmensberater und Autor zahlreicher Publikationen. Er ist Professor für Digitale Transformation und Entrepreneurship an der Hochschule Neu-Ulm, Direktor des Instituts für Entrepreneurship und Mitglied am Institut für Digitale Transformation. Seine Arbeits- und Forschungsschwerpunkte sind im Kontext der Digitalisierung: die Messung des Digitalen Reifegrads, die Entwicklung von Digitalstrategien, die Digitale Transformation von Geschäftsmodellen und die Implementierung digitaler Initiativen. Dazu gehören z.B. die Führung im digitalen Zeitalter, Technologien und die Gestaltung von Organisationen. Seine Methoden, insbesondere die Innovation von Geschäftsmodellen, wurden bereits über 200-mal und über 10.000 Teilnehmerinnen und Teilnehmern vorgestellt; dazu zählen auch Konferenzteilnahmen und Vorträge (> 100).

Pressekontakt

Stephan Schreyer
Strategische & digitale Kommunikation
Platanenweg 2
69502 Hemsbach
post@stephanschreyer.de

<https://www.stephanschreyer.de/>

<https://www.linkedin.com/in/stephanschreyer/>

<https://www.hnu.de/daniel-schallmo>

<https://www.linkedin.com/in/danielschallmo/>