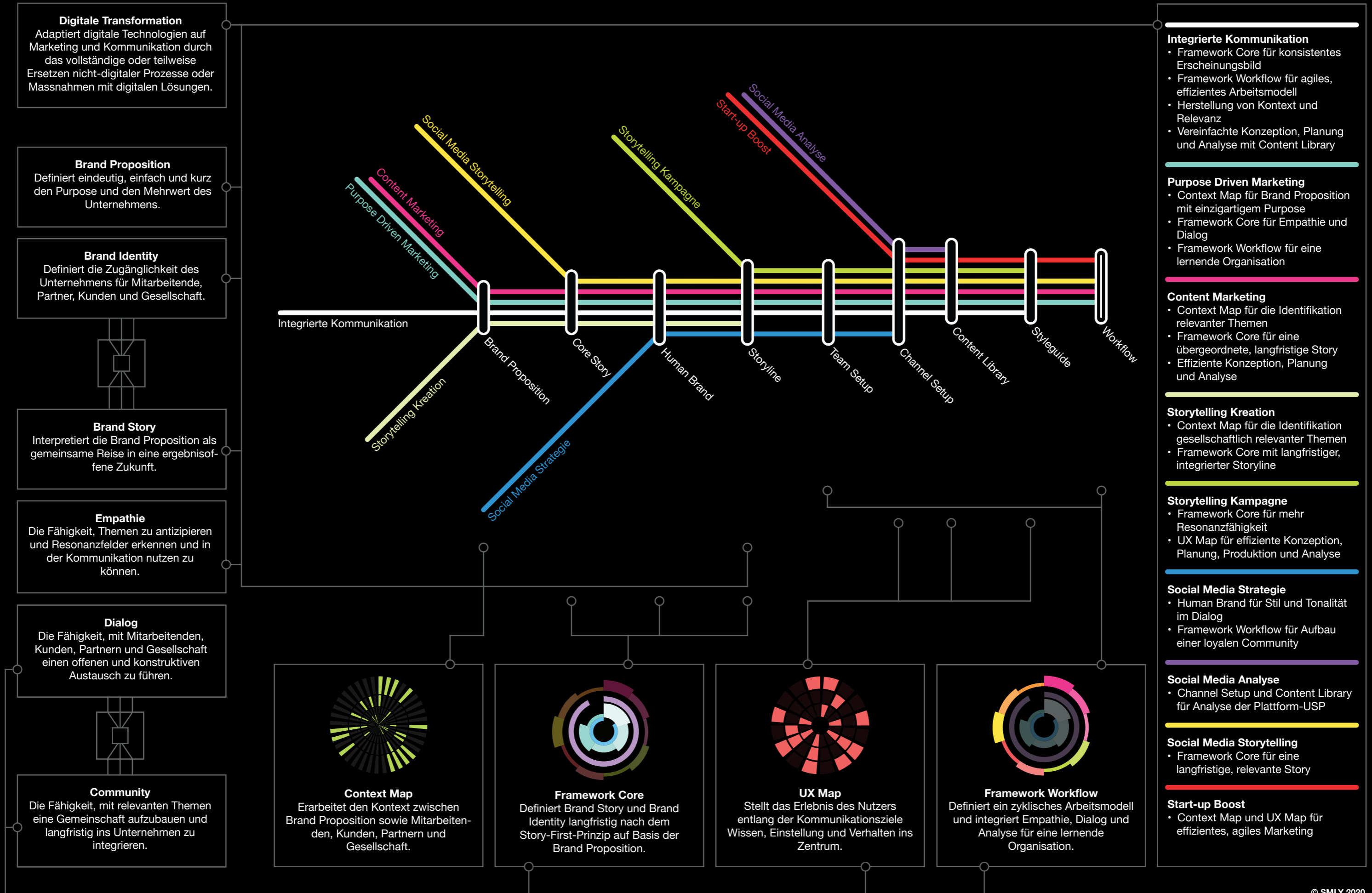


# Anwendungsmöglichkeiten des Frameworks von SMLY



# Anwendungsmöglichkeiten des Frameworks von SMLY

Eine vernetzte, digitale Gesellschaft braucht eine agile und effiziente Kommunikation. Deshalb haben wir ein Framework mit Tools und Prozessen entwickelt, das den Anforderungen an die Kommunikation unserer Zeit entspricht. Das besondere an unserem Framework ist, dass es sich einfach und flexibel auf verschiedene Bedürfnisse und Ansprüche anwenden lässt und im Kern doch immer gleich funktioniert.

## Integrierte Kommunikation

Integrierte Kommunikation bezeichnet eine vernetzte strategische Kommunikation, die von der Analyse und Planung über die Kreation und Konzeption bis hin zur Umsetzung und Kontrolle alle Prozesse umfasst. Sie verfolgt das Ziel, über alle Disziplinen hinweg eine konsistente Kommunikation sicherzustellen. Dies erfordert ein widerspruchsfreies Kommunikationssystem und eine lernfähige Organisation. Denn die im Rahmen der Integrierten Kommunikation erarbeiteten Massnahmen müssen so aufeinander abgestimmt sein, dass sie gegen innen und nach aussen ein konsistentes Erscheinungsbild über das Unternehmen sowie über alle Produkte, Dienstleistungen, Ideen und Meinungen des Unternehmens vermitteln. Dazu braucht es eine langfristige und dynamische Brand Story und Brand Identity, die tief in der Organisation verankert sind. Schliesslich umfasst die Integrierte Kommunikation einen Managementprozess für Planung und Koordination, der eine konsistente, dynamische und langfristig ausgerichtete Kommunikation ermöglicht.

### Das bietet unser Framework

Unser Framework wurde explizit für die Anforderungen der Integrierten Kommunikation entwickelt. Im Unterschied zu den herkömmlichen Ansätzen fokussiert es auf die Story-Entwicklung eines Unternehmens sowie auf mehr Dialog und Empathie in der Kommunikation.

### Vorteile für die Integrierte Kommunikation

- Der Framework Core mit Core Story, Human Brand und Storyline stellt gemäss dem Story-First-Prinzip ein konsistentes Erscheinungsbild über das ganze Unternehmen sicher.
- Der Framework Workflow umfasst einen agilen, effizienten und lernorientierten Managementprozess für Analyse, Planung, Kreation, Konzeption, Organisation, Umsetzung und Kontrolle der internen und externen Kommunikation.
- Die Context Map stellt einen Kontext zwischen dem Unternehmen, seinen Produkten, Dienstleistungen, Ideen und Meinungen sowie den Kunden, Partnern, Mitbewerbern und der Gesellschaft her und schafft so Relevanz.
- Die UX Map und Content Library vereinfachen Konzeption, Planung und Analyse aller internen und externen Kommunikationsmassnahmen.

## Content Marketing

Das Content Marketing spricht mit informierenden, beratenden und unterhaltenden Inhalten die Zielgruppen an, um sie vom Unternehmen und seinen Leistungen oder der Marke zu überzeugen. Es verfolgt das Ziel, langfristig Kunden zu gewinnen und zu binden. Im Sinne des Around-the-Product-Ansatzes stellt es nutzwertige Inhalte, und nicht – wie klassische Werbung – die positive Darstellung von Produkten ins Zentrum. Dieser attraktive Ansatz stellt Unternehmen jedoch vor zwei Herausforderungen: Erstens gilt es, ein zum Unternehmen und zu den Zielgruppen passendes Thema zu identifizieren, das mit dem Content Marketing langfristig bewirtschaftet werden kann. Zweitens braucht es genügend Ressourcen, um regelmässig nutzwertige Inhalte zu recherchieren, produzieren und publizieren. Dies führt oft zu Abhängigkeiten von Dritten und/oder zieht den Aufbau neuer Strukturen im Unternehmen mit sich. Diese Konsequenzen machen das Content Marketing, obwohl es gerade für Inbound-Marketing von hohem Nutzen ist, oft unattraktiv.

### Das bietet unser Framework

Die Stärke unseres Frameworks liegt darin, dass es einen klaren Fokus auf die Herstellung eines thematischen Kontextes zu den Zielgruppen setzt und diesen in eine langfristig angelegte Story transformiert. Zudem erlaubt das schnelle und dynamische Feedbacksystem im Workflow, die Relevanz der Story stetig zu überprüfen.

### Vorteile für das Content Marketing

- Die Context Map stellt einen Kontext zwischen dem Unternehmen und seinem Angebot sowie der Gesellschaft her und ermöglicht die Identifikation relevanter Themen.
- Der Framework Core überführt die identifizierten Themen in eine übergeordnete Story, um sie langfristig zu bewirtschaften.
- Der Framework Workflow bringt internes Know-how in einer agilen und interdisziplinären Arbeitsform zusammen, die eine einfache Inklusion von Dritten zulässt.
- Das Channel Setup sowie die Content Library und UX Map ermöglichen eine effiziente Konzeption, Planung und Umsetzung von crossmedialen Inhalten.
- Die regelmässige Analyse im Workflow stellt eine stetige Erfolgsmessung sicher und garantiert die laufende Optimierung des Content Marketings.

## Social Media Marketing

Das Social Media Marketing adressiert verschiedene Communitys auf unterschiedlichen Plattformen und zeichnet sich durch eine emotional geprägte Tonalität aus. Zudem erfordert es eine hohe Transparenz in der Kommunikation, die Fähigkeit einen empathischen Dialog zu führen und auf aktuelle Themen einzugehen beziehungsweise Relevanz zwischen dem Unternehmen und den Communitys herzustellen. Diese Anforderungen haben zur Konsequenz, dass das Unternehmen genügend Ressourcen zur Verfügung

stellen muss. Im Unterschied zur allgemeinen Wahrnehmung ist Social Media Marketing deshalb nicht per se kostengünstiger als klassisches Marketing. Zwar stimmt es, dass die Aufbereitung zielgruppenspezifischer Inhalte weniger aufwändig ist. Doch die hohe Publikationsfrequenz plattformspezifischer Inhalte und die aktive Dialogführung wiegen die vermeintlichen Ersparnisse an Ressourcen wieder auf. Trotzdem hat Social Media Marketing stark an Bedeutung gewonnen und wird es weiterhin tun. Doch bei Themen wie Privatsphären- und Datenschutz, Polarisierung der Meinungen sowie Diffamierung von Personen und Institutionen stellen sich immer mehr Unternehmen die Frage, wie sie Social Media Marketing nutzbringend und konsistent in ihre Kommunikation integrieren können.

#### **Das bietet unser Framework**

Für ein erfolgreiches Social Media Marketing ist es wichtig, eine saubere Analyse durchzuführen, eine klare Strategie zu verfolgen und die Aktivitäten langfristig auszurichten. Unter Berücksichtigung aller drei Aspekte ermöglicht unser Framework eine stimmige Einbettung des Social Media Marketings in die Integrierte Kommunikation.

#### **Vorteile für die Social Media Analyse**

- Das Channel Setup analysiert die Wahl der Social-Media-Plattformen sowie das Community Building und Community Engagement mit Blick auf USP und strategische Verankerung.
- Die Content Library untersucht die eingesetzten Formate und harmonisiert sie zwecks Effizienzsteigerung.

#### **Vorteile für die Social Media Strategie**

- Der Human Brand definiert Stil und Tonalität im Dialog mit der Community und antizipiert relevante Themen zur Stärkung der Brand Identity.
- Die Storyline entwickelt aus der Brand Story ein langfristi-

ges Storytelling für alle Plattformen und integriert alle Aktivitäten in die Gesamtkommunikation.

- Der Framework Workflow organisiert die Umsetzung in einem agilen, zyklischen Prozess und integriert die Feedbacks der Community in die Weiterentwicklung des Social Media Marketings.
- Das Channel Setup und die Content Library ermöglichen eine flexible und effiziente strategische Integration der verschiedenen Plattformen und Ziele.

#### **Vorteile für das Social Media Storytelling**

- Der Framework Core dient der Entwicklung eines langfristigen, integrierten Storytellings.
- Im Framework Workflow werden auf der UX Map das Channel Setup und die Content Library zyklisch angewandt und ermöglichen so den Aufbau einer lernenden Organisation.

## **Purpose Driven Marketing**

Im Purpose Driven Marketing stehen das WHY und die Werte eines Unternehmens im Zentrum der Kommunikation. Es verfolgt das Ziel, die Bindung zu den Zielgruppen zu stärken und der Gesellschaft etwas zurückzugeben. Dazu muss das Unternehmen eine klare Vorstellung davon haben, weshalb es existiert, welche Werte es vertritt und was für einen gesellschaftlichen Mehrwert seine Produkte und Dienstleistungen bieten. Deshalb muss die Brand Proposition klar formuliert sein und als Story authentisch transportiert und erzählt werden können. Zudem bedingt ein erfolgreiches Purpose Driven Marketing die strategische Vernetzung relevanter Themen sowie eine emphatische, dialogische Kommunikation. Ein glaubwürdiges Purpose Driven Marketing muss es also schaffen, eine vernetzte, lernorientierte, agile Organisation sowie eine starke Brand Proposition mit Brand Story und Brand Identity zu etablieren.

#### **Das bietet unser Framework**

Unser Framework ist aus der festen Überzeugung entstanden, dass Kommunikation immer Werte transportieren, Empathie entwickeln und den Dialog fördern muss. Deshalb ist es wie geschaffen dafür, ein erfolgreiches Purpose Driven Marketing zu betreiben.

#### **Vorteile für das Purpose Driven Marketing**

- Die Context Map dient der Identifikation der Brand Proposition und leitet daraus die Grundlagen für die Entwicklung einer Brand Story ab.
- Der Framework Core mit Cory Story, Human Brand und Storyline stellt Empathie und Authentizität ins Zentrum der Brand Story und Brand Identity.
- Der Framework Workflow transformiert die Kommunikation in eine lernende Organisation und ermöglicht höchste Agilität und Dynamik in Kreation, Planung, Produktion, Umsetzung und Analyse.
- Das Channel Setup sowie die UX Map und Content Library vereinfachen Konzeption, Planung, Analyse und erlauben eine flexible und effiziente Umsetzung.

## **Storytelling Marketing**

Das Storytelling Marketing stellt die mit einer Geschichte verbundene Emotion ins Zentrum der Kommunikation. Dies gilt für die Gesamtheit aller Massnahmen genauso wie für den einzelnen Inhalt. Ziel ist es, den «Purpose», die Werte sowie die Produkte und Dienstleistungen zu vermitteln und das Unternehmen spürbar und nahbar zu positionieren. Während Storytelling auf operativer Ebene ein Handwerk voraussetzt, bilden Langfristigkeit und Themenvernetzung die strategische Dimension. Dies führt zu unterschiedlichen Herausforderungen für die Kommunikation. Die operative Ebene erfordert in der Konzeption und Umsetzung einen

klaren Fokus auf das Erlebnis und die Emotion. Und die strategische Dimension bedingt die Entwicklung einer Brand Story und Brand Identity, die tief im WHY des Unternehmens verankert sind. Schliesslich ist es in der Umsetzung von entscheidender Bedeutung, das Empathie- und Dialogfähigkeit im Storytelling sichergestellt werden. Sie prägen die Relevanz einer Story beziehungsweise der Brand Story entscheidend mit.

#### **Das bietet unser Framework**

Unser Framework steht für mehr Kreativität in der Kommunikation. Deshalb findet es im Storytelling Marketing mehrere Einsatzmöglichkeiten – von der Kreation bis zur kurzfristigen Kampagne.

#### **Vorteile für die Storytelling Kreation**

- Die Context Map dient der Identifikation gesellschaftlich relevanter Themen im Umfeld des Unternehmens und liefert so die Grundlagen für die Kreation einer Storyline, die sich der Brand Story und Brand Identity orientiert.

#### **Vorteile für Storytelling Kampagnen**

- Die UX Map bildet die User Journeys innerhalb einer Storyline einfach und effizient ab und ergänzt sie an den relevanten Touchpoints mit den universell einsetzbaren Inhalten aus der Content Library.

## **Digitale Transformation**

Die Digitale Transformation manifestiert sich in der Kommunikation in verschiedenen Hinsichten. Erstens verändern sich die Kommunikationsformen. Zweites entstehen neue Formen der Zusammenarbeit. Drittens werden digitale Produkte und Dienstleistungen in die Kommunikation integriert. Und viertens spielen Big Data und Künstliche Intelligenz bei der Unterstützung von Kommunikationsprozessen eine immer grössere Rolle. Aus diesen Aspekten ergeben sich – je nach Betrachtungsweise – unterschiedliche Herausforderungen.

Die zunehmende Komplexität bei der Konzeption, Planung und Umsetzung von Massnahmen erfordert deren laufende Evaluierung und Optimierung. Dazu braucht es ein flexibles, rollenbasiertes Arbeitsmodell, um schnell und effizient entscheiden zu können. Die Entwicklung und Integration von digitalen Dienstleistungen als Teil des Marketings benötigen Know-how und Prozesse, die so in der Kommunikation noch nicht etabliert sind. Schliesslich muss die erfolgreiche Anwendung von Big Data und Künstlicher Intelligenz in allen Umsetzungsschritten verankert und vernetzt sein. Diese erfordert einen strategischen Ansatz im Sinne der Integrierten Kommunikation.

#### **Das bietet unser Framework**

Da unser Framework für die Anforderungen einer Integrierten

Kommunikation auf der Höhe der Zeit entwickelt wurde, bildet es den idealen Ausgangspunkt für eine erfolgreiche digitale Transformation der Kommunikation.

#### **Vorteile für die Integrierte Kommunikation als Grundlage**

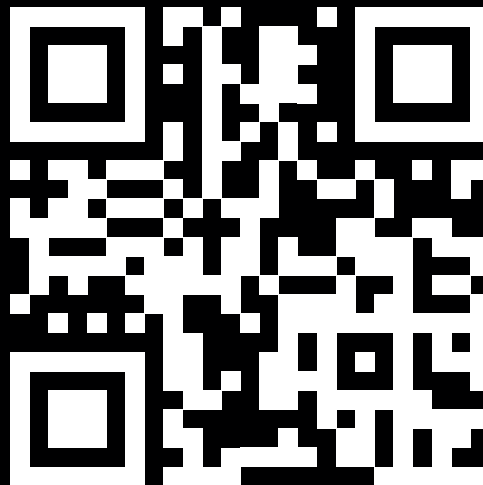
- Der Framework Core reduziert Komplexität, vernetzt relevante Themen und garantiert ein konsistentes Erscheinungsbild.
- Die UX Map und das Channel Setup erlauben es, Plattformen und Kanäle laufend zu evaluieren und das Setup schnell und effizient zu adaptieren.
- Der Framework Workflow mit seinem zyklischen Prozess und den definierten Rollen ermöglicht die Etablierung einer lernenden Organisation mit einer echten Feedback-Kultur.

#### **Vorteile für Digitale Dienstleistungen**

- Die Context Map ist das ideale Tool für die Entwicklung digitaler Dienstleistungen, die im Kontext zu den Bedürfnissen von Kunden, Partnern und der Gesellschaft stehen.
- Die UX Map visualisiert das Kundenerlebnis in wenigen Schritten und ermöglicht so die einfache Integration einer neuen digitalen Dienstleistung in die bestehenden Produkte und Dienstleistungen.



SMLY ist überzeugt, dass es für eine vernetzte, digitale Gesellschaft eine agile und effiziente Kommunikation braucht. Deshalb hat SMLY in jahrelanger Zusammenarbeit mit Kunden ein Framework, Tools und Prozesse entwickelt, die eine grundlegende Neuausrichtung der Kommunikation ermöglichen. Zu den grössten Kunden von SMLY zählen die Schweizerische Post und Swiss International Air Lines.



SMLY Multimedia Productions GmbH

[www.smlly.ch](http://www.smlly.ch)  
[hello@smlly.ch](mailto:hello@smlly.ch)