

10 gute Gründe

für Kommunikation von lokalen Energieversorgern – gerade jetzt!

Kommunikation ist Führung. Und Führung ist Kommunikation. Zeigen Sie Führungsstärke und kommunizieren Sie: extern und intern, mit Kundinnen und Kunden, Bürgerinnen und Bürgern, Mitarbeiterinnen und Mitarbeitern, Anteilseignern und Interessierten.

1. Überwinden Sie Distanz

Auch wenn augenblicklich Viele von Social Distancing reden, gemeint ist physische Distanz. Und die gilt es durch Kommunikation auszugleichen.

2. Sicherheit in unsicheren Zeiten

Kommunikation gibt Sicherheit. Zeigen Sie, dass Sie da sind. Auch und gerade jetzt. Ein echter Daseinsversorger für die Menschen und den Standort.

3. Schnelligkeit der Veränderung anerkennen

Reagieren Sie schnell und gelassen. Ihre Statements dürfen kurz sein, aber nicht von gestern. Versehen Sie sie mit einem Datum. Dann dürfen Sie am nächsten Tag auch etwas anderes sagen.

4. Fake News ausbremsen

Wer nicht prüfen kann, muss vertrauen. Sie sind ein verlässlicher Absender an Ihrem Standort. Nutzen Sie jetzt die Stärke Ihrer Marke. Sie werden noch mehr Vertrauen ernten.

5. Online oder Offline? Beides!

Online-Kommunikation ist schnell, mehr Reichweite haben Sie, wenn Sie alle Kanäle bedienen. Denn nicht alle Zielgruppen sind onlineaffin. Und wer aktuell viel digital liest, freut sich auch über andere Formate, Themen und Tonalität.

6. Verlust von Reichweite ausgleichen

Gab es nicht gute Gründe für Events und Sponsoring? Ja. Und sie gelten immer noch, auch wenn Sie sie augenblicklich nicht realisieren können. Gleichen Sie durch Medien aus. Es ist Zeit für eine kommunikative Frequenzerhöhung (siehe auch Punkt 1.).

7. Kundenbindung – ja, jetzt erst recht.

Gehen die Wechselzahlen für Energieversorger in den nächsten Wochen hoch oder runter? Nicht hoffen. Bleiben Sie jetzt dran und zeigen Sie Empathie für Ihre Kunden. Am Ende stärkt das Ihre Markenpositionierung.

8. Bei Anteilseigner positionieren

Selbst wenn Sie in Ihren Maßnahmen sicher sind. Ihre Anteilseignern am Standort sind es vielleicht nicht. Beweisen Sie Managementqualität und bleiben Sie kontinuierlich im Gespräch.

9. Internen Zusammenhalt stärken

Viele Mitarbeiter sind im Home-Office und das Unternehmen hat sich zerstreut. Durch Kommunikation sichern Sie Zusammenhalt. Jetzt braucht es andere Dialogplattformen, Offenheit und klare Worte.

10. Belastung anerkennen

Erkennen Sie die Besonderheit der Situation für alle an. Für sich selbst, Ihr Team, Ihre Kunden, alle Bürger. Psychologen empfehlen in Krisensituationen auch Ablenkung: Rätsel, Gewinnspiele, sowie Aktionen für zuhause. Bieten Sie auch das. Schließlich steht Ostern vor der Tür.

Daher unser Oster-Geschenk für Sie!

Das Buch #link it local (aktuell erhältlich in der 3. Auflage, 2019, <http://www.linkitlocal.de>) von Franz Schlick, Geschäftsführer der Beratungsunit Eckart & Partner GmbH der trurnit Gruppe zum Thema Local Hero Brands beschäftigt sich mit den für lokale Marken relevanten Entwicklungen und Aspekten, die speziell für lokale Unternehmen von Bedeutung sind, die, eng verbunden mit der Region, die Verbesserung der Lebensqualität der Menschen um sie herum zum Ziel haben.

Interesse? Einfach eine Mail mit Ihrer Adresse an: schlick@eckart-partner.de



Franz Schlick
Eckart & Partner GmbH
T +49 89 62 98 93-31
E schlick@eckart-partner.de
www.eckart-partner.de