

Udvikling af kernefortælling

Fortællinger om virksomheder er med til at forme vores forståelse og fortolkning af deres troværdighed, legitimitet og værdi. Fortællinger udvikler omdømme og brands. Corporate Relations hjælper virksomheder med at udvikle sin fortælling gennem en involverende og kreativ proces.

Fase 1: Analyse og indsigt

Grundlaget for en god fortælling er at kende målgruppen, dens kendskab, interesse og nuværende holdning. Med andre ord; hvad ved de allerede? Er der nogle myter, som skal adresseres? Er der særlige udfordringer i kikkerten? En god fortælling bygger på en forståelse for målgruppens særlige værdier, deres behov for viden, oplevelse og værdi. Corporate Relations udvikler det nødvendige grundlag for fortællingen.

Fase 2: Involvering af interessenter

Fortællingen må aldrig være én persons ide om "den sande historie". En god fortælling udvikles gennem en involverende proces. På de interne linjer kan det være fordelagtigt at involvere nøglepersoner fra forskellige afdelinger, funktioner, uddannelse og anciennitet. Eksternt kan det være gavnligt at teste fortælling og budskaber af på samarbejdspartnere, leverandører, distributører eller kunder, der kender virksomheden. I denne fase gennemfører vi workshops og evt. fokusgrupper.

Fase 3: Udvikling og implementering

På baggrund af involveringsfasen udvikles tekstforslag til fortællingen. Denne kan imidlertid også indeholde en visualisering i form af billeder, illustrationer, info-grafik, animationer og/eller video. Det er helt afgørende, at fortællingen kan anvendes i forskellige formater, versioner og længder, og tilpasses efter målgruppe, medie og kontekst.

Fortællingen tager typisk form af en kernefortælling. Denne kan imidlertid også indeholde et løfte, DNA, vision/mission, slogan eller andre af virksomheden bærende budskabsplatforme.

Corporate Relations står i udgangspunktet for den samlede projektledelse, facilitering og udvikling af proces og fortælling. Opgavens omfang, tidsforløb og pris aftales.

Corporate Relations udvikler kommunikations-, branding- og -relationsstrategier, rådgiver om digital kommunikation, holder oplæg og kurser, og gennemfører interessent- og kendskabsanalyser.