

imTeam: Teamgefühl mit Dialogmarketing

Aufgabenstellung

Die Mitarbeitenden der Seniorenresidenzen-Gruppe Domicil AG sollen durch eine regelmässige Kommunikation erreicht werden. Dies um das Team-Gefühl und die Identifikation mit dem Unternehmen zu stärken.

Da die Arbeitszeiten und Aufgabenfelder innerhalb des Unternehmens sehr variieren sowie die einzelnen Residenzen untereinander wenig Kontakt haben, sollte ein Kommunikationsmittel in die Privathaushalte der Mitarbeitenden gesendet werden.

Die Zielgruppe der Massnahme sind alle Mitarbeitenden, Verwaltungsräte, Medien und zugewandte Orte.

Die Kommunikation musste unter einem eigenen „Brand“ mit einem spezifischen Inhaltskonzept erstellt werden und wiederholbar sein.

Lösung

Für die Kommunikation und zur Förderung der Identifikation der Mitarbeitenden mit dem Unternehmen wurde eine Zeitung geschaffen. Unter dem Brand „imTeam“ soll sie die Mitarbeitenden der verschiedenen Residenzen in einem Team vereinen.

Die Zeitung vermittelt einen Mehrwert für die Leserinnen und Leser mit Hintergrundinformationen zu Berufsbildern, Ausbildungen, Events. Für die Unterhaltung sorgen Berichte über spezielle Hobbies von Mitarbeitenden, Teamvorstellungen und Rezepte aus dem Herkunftsland einer/eines Mitarbeitenden.

Umfragen, Wettbewerbe, Vergünstigungen und Mail-feedbacks rufen zum Dialog auf zwischen der Zielgruppe und der Zeitungsredaktion.

Ergebnis

Die Zeitung „imTeam“ wurde nun Acht mal versendet und ist auf reges Feedback gestossen. Bei den Umfragen und Wettbewerben liegt die Teilnahmequote bei ungefähr 10 %. Bei den Vergünstigungen etwas tiefer.

„imTeam“ ist nicht nur eine Dialog-Marketingmassnahme geblieben sondern hat sich nachhaltig in der Corporate Communication verankert. Es verbindet alle Mitarbeitenden von Domicil und lebt den Teamgedanken, der im Leitbild des Unternehmens hinterlegt wurde.



Innenseiten



Rückseite



imTeam 2015 (2 Ausgaben)