

# Corporate Communication Framework

## 1 Message CEO

Vorwort; Ansprüche an Brand Quality und Unternehmensstandards

## 2 Strategie

### 2.1 Das Corporate Proposal (oder der User benefit)

Bsp. Be a Friend • Good Food, Good Life • Things go better with ...

### 2.2 Die Aufgabe des Proposals

Herstellung der Verbindung von Sinn Bestimmung des Unternehmens mit dem Brand oder der Marke. Aber auch Sichern einer einheitlichen Kommunikationsbasis

### 2.3 Kommunikationskanäle

Wahl / Definition der zu verwendenden Infoplattformen (kl. Werbung, DM, Sponsoring, PR, Events, Internet, Sampling u.a.m.)

### 2.4 "Verpackung"

Im Falle von Previs: Communication Design und Corporate Design

## 3 Implementierung / Umsetzung

### 3.1 Grundsätze. z.B. Verwendungsregeln von Logotype, Proposal etc.

Aber auch Key components wie Schreibweise/n, Farben, Verbindungen, Formate/Proportionen, Bildsprache

### 3.2 Bestimmen der Kommunikationsverantwortlichkeiten

nach Unternehmensebenen (VR/SR; Direktion, Markt/Verkauf, Medien etc.)

## 4 Visuals / Visual Tools (evtl. Au-dio)

### 4.1 Grundsätzliches zu den Werbemitteln

Formate/Proportionen; Anordnungen Bild-/Text-Messages; Farb- und s/w-Regeln u.a.

### 4.2 Beispiele Communication Design (Manual zHv Kooperationspartnern)

für alle Produktgruppen und Werbemittelformen (kl. Werbung, Werbung in Kooperationen, Stelleninserate, P.O.S. etc.)

### 4.3 evtl. Audio

(z.B. Jingle, Musik, Spot-Design etc.)