

CHECKLISTE

VORBEREITUNG REDE

Reden sind richtig gut, wenn sie maßgeschneidert sind. Dies ist der Anspruch von Boedecker.Colleagues. Bitte versuchen Sie daher zunächst, die folgenden Fragen zu beantworten. In enger Abstimmung mit Ihnen entwickeln wir auf dieser Basis Konzept und Text Ihrer Rede.

:: Redner (Name, Funktion)	
:: Datum, Uhrzeit für Rede	
:: Ort der Veranstaltung	
:: Thema/Funktion der Rede	
:: Thema/Anlass der Veranstaltung	
:: Geplante Dauer der Rede	
:: Einbindung in übriges Veranstaltungsprogramm	
:: Teilnehmerkreis	
:: <i>Anzahl Teilnehmer</i>	
:: <i>Organisationszugehörigkeit, Hierarchiestufe</i>	
:: <i>Durchschnittliches Alter</i>	
:: <i>Geschlechtsverteilung</i>	
:: Welche Erwartungen bzw. Erfahrungen haben Zuhörer zum Thema	
:: Welche Fragen wollen Zuhörer ggf. beantwortet haben?	
:: Persönlicher Stil des Redners	
:: Inhaltliche und emotionale Ziele der Rede	
:: Hauptbotschaft	
:: Sonstige Botschaften	

AUF EINEN BLICK

SPEZIALISTEN FÜR WERTORIENTIERTE UNTERNEHMENSKOMMUNIKATION

Boedecker.Colleagues sind Spezialisten für Unternehmenskommunikation, die auf einem tieferen Verständnis der betriebswirtschaftlichen Zusammenhänge basiert. Effizient verbinden wir Unternehmensziele und Kommunikationsaktivitäten. Verständlich, interessant und überzeugend stellen wir die Chancen und Strategien unserer Kunden dar. Durch externe und interne Kommunikation legen wir die Basis für erkennbare Unternehmenspersönlichkeiten, unternehmensbezogenes Vertrauen und dauerhafte Wettbewerbsvorteile.

AUFBEREITEN BETRIEBSWIRTSCHAFTLICHER ZUSAMMENHÄNGE

Seit der Gründung im Jahr 2000 werden Boedecker.Colleagues von Jürgen M. Boedecker geführt. Zuvor arbeitete er nach dem Studium der Betriebswirtschaftslehre und Rechtswissenschaften in verschiedenen Unternehmen eines internationalen Industrie- und Dienstleistungskonzerns. Als Leiter Controlling und Beteiligungen, kaufmännischer Leiter und Leiter Unternehmenskommunikation war er auch für die interne Beratung von Tochtergesellschaften verantwortlich. Besondere Erfahrungen sammelte er in dieser Zeit beim Erschließen neuer Geschäftsfelder, bei Unternehmenstransaktionen sowie bei der Neuausrichtung und Umstrukturierung von Unternehmen.



Aufbauend auf diesen Erfahrungen war die Finanzkommunikation bzw. das zielgerichtete Aufbereiten von betriebswirtschaftlichen Zusammenhängen der ursprüngliche Tätigkeitsschwerpunkt von Boedecker.Colleagues. Auch aktuell unterstützen wir Kunden beim Beschaffen von Eigen- und Fremdkapital, bei der Pflege ihrer Beziehungen zu Investoren und Kreditgebern sowie beim Verkauf von Vermögensteilen und Teilbetrieben.

VERBINDEN VON STRATEGIE UND KOMMUNIKATION

Parallel wurde in den vergangenen Jahren der ursprüngliche Beratungs- und Serviceansatz kontinuierlich ausgebaut. Wir sehen Kommunikation zunehmend als unternehmerische Aufgabe und Werttreiber. Sie sollte auf Basis der Unternehmensziele geplant und gestaltet werden. Dann unterstützt sie den Wertschöpfungsprozess, steigert durch ihre mittelbare und unmittelbare Wirkung den Unternehmenswert nachhaltig. Beispielsweise lassen sich mit Kommunikationsaktivitäten personelle Ressourcen erschließen, Prozesse optimieren, die Qualität von Beziehungen zu Anspruchsgruppen steigern und Transaktionskosten senken.

Unabhängig von der jeweiligen Aufgabenstellung arbeiten Boedecker.Colleagues stark strukturiert und projektorientiert. Ein kleineres Kernteam ist für die Konzeption, Redaktion und das Projektmanagement verantwortlich. Unser großes Netzwerk der Spezialisten realisiert auf Wunsch effizient die einzelnen Kommunikationsaktivitäten. Jeder unserer Kunden hat aber dennoch nur einen zentralen Ansprechpartner auf Geschäftsleitungsebene.