

CD-Implementierung

Idealtypischer Ablauf

1. CD-Manual

- Das CD-Manual bildet die Basis für alle Implementierungen. Darum sollten sich alle Betroffenen mit ihm und den Corporate Design Elementen vertraut machen.

2. CD-Verantwortlicher

- Einen Verantwortlichen für das Corporate Design im Unternehmen bestimmen.

3. Kommunikationsmittel

- Analysieren, welche Kommunikationsmittel bereits bestehen, welche davon im neuen CD umgesetzt werden sollen und welche allenfalls neu dazu kommen werden. Für jedes Kommunikationsmittel entsteht ein Umsetzungsprojekt.

4. Projektleiter

- Projektleiter für die verschiedenen Umsetzungsprojekte bestimmen.

5. Umsetzungsplan

- Einen Gesamtumsetzungsplan für alle Kommunikationsmittel und die verschiedenen Projektumsetzungspläne für jedes einzelne Kommunikationsmittel erarbeiten.

6. Projekt-Briefing

- Projektleiter erstellen Projektbriefings zu jedem Kommunikationsmittel für Text, Bild und Gestaltung/Layout.

7. Umsetzung

- Die verschiedenen Projekte werden umgesetzt.

8. Erfolgskontrolle

- Evaluation der verschiedenen Umsetzungen.

1. CD-Manual

Grundlage

- Das CD-Manual bildet die Grundlage für alle Umsetzungen. Die CD-Elemente werden darin beschrieben und erklärt, so dass ihr Einsatz und damit das Erscheinungsbild einheitlich bleibt.

Einsatz

- Das CD-Manual kommt bei jeder Umsetzung zum Einsatz, da es alle Vorlagen beinhaltet, die von Grafikern, Druckereien, Partnern oder der Presse benötigt werden.

Pflege

- Wenn eine spezielle Umsetzung, zum Beispiel ein Messestand, nicht im CD-Manual enthalten ist, so wird von der verantwortlichen Agentur ein Layout erstellt, das die CD-Elemente so verwendet, wie sie im Manual beschrieben werden.

2. CD-Verantwortlicher

Anlaufstelle

- Der CD-Verantwortliche ist ein Bindeglied zwischen der Geschäftsleitung, den Mitarbeitern, den Projektleitern, der CD-Agentur und den verschiedenen Umsetzern. Er muss über ein grosses Know-How im Bereich Corporate Design verfügen und das CD-Manual kennen.

Aufgaben

- Die Aufgabe des CD-Verantwortlichen ist vor allem das Controlling aller neuen Umsetzungen. Er muss den betreffenden Stellen das CD-Manual erklären und prüfen, ob das CD richtig angewendet wird. Zudem ist der CD-Verantwortliche zuständig für das Monitoring des Gesamtumsetzungsplans und die Pflege und Weiterentwicklung des Corporate Design. Auch die Auswahl der Lieferanten und Agenturen, mit denen die Implementierung durchgeführt werden soll, ist Sache des CD-Verantwortlichen.

3. Kommunikationsmittel

Planung

- Ein wichtiger Bestandteil der Implementierungsphase ist die Planung der verschiedenen Kommunikationsmittel. Sie definiert, welche Kommunikationsmittel bereits bestehen, welche davon umgesetzt werden sollen und welche neu dazu kommen. Idealerweise werden zuerst das Internet und die Geschäftsdrucksachen umgesetzt, danach einzelne Broschüren, Inserate oder Plakate.

Vorgehen

- Die Leitung der Kommunikationsabteilung, der CD-Verantwortliche und die Abteilungsleiter müssen die Planung gemeinsam durchführen. Bei dieser Gelegenheit sollte auch geprüft werden, ob die Konzepte der bestehenden Kommunikationsmittel noch zeitgemäss und funktional sind, oder ob sie allenfalls angepasst werden müssen. Zudem müssen Partneragenturen und Lieferanten gefunden werden, die bei der Umsetzung helfen.

4. Projektleiter

Definition

- Jede Umsetzung muss einem Projektleiter anvertraut werden. Es sollten aber nicht zu viele Projektleiter im Einsatz sein, vielleicht bietet sich ein Projektleiter pro Abteilung an.

Aufgaben

- Der Projektleiter koordiniert die Konzeption des jeweiligen Kommunikationsmittels. Er ist die Schnittstelle zwischen Texter, Grafiker, Fotograf und dem CD-Verantwortlichen. Zudem ist er zuständig für den Umsetzungsplan.

5. Umsetzungsplan

Gesamtumsetzungsplan

- Im Gesamtumsetzungsplan wird festgehalten, welches Kommunikationsmittel wann umgesetzt wird, welches Budget zur Verfügung steht und wer die Projektleitung übernimmt. Verantwortlich für diesen Plan ist der CD-Verantwortliche.

Projektumsetzungsplan

- Jedes einzelne Kommunikationsmittel wird einem Projektleiter zugeordnet. Dieser erstellt einen Projektumsetzungsplan, nach dem die Realisierung in Angriff genommen wird.

6. Projekt-Briefing

Briefing

- Der Projektverantwortliche erstellt ein Briefing für die Umsetzung, das heisst für Texter, Fotografen, Grafiker und die involvierten Abteilungen. Dieses Briefing muss vom CD-Verantwortlichen oder der Kommunikationsleitung genehmigt werden.

7. Umsetzung

Gestaltung

- Nun beginnt die Umsetzungsphase, bei der Grafiker, Texter, Fotografen, Druckereien und die involvierten Abteilungen ihre Arbeit im Detail konzipieren, entwerfen, gestalten, reinzeichnen und abliefern. Hier ist die Einhaltung der Termine und die ständige Qualitätskontrolle wichtig.

8. Erfolgskontrolle

Evaluation

- Ist das Projekt fertig umgesetzt, so folgt die Evaluation. Der Projektleiter und der CD-Verantwortliche prüfen, ob das Projekt die Ziele erreicht hat. Folgende Fragen sind wichtig: Ist die Zielgruppe erreicht worden? Wurde die gewünschte Wirkung erzielt? Defizite und Vorteile werden erörtert und nötige Schritte geplant.

Weitere Informationen

Details zu unserem Logodesign und Corporate-Design-Angebot, zum CD-Manual und zum CD-Net®, eine aktuelle Liste der Kunden-Referenzen sowie Projektbeispiele finden Sie auf unserer Website: www.brotbeck.ch