


Wie können Kommunikation und Marketing besser zusammenarbeiten?





In vielen Organisationen sind die Abteilungen für Kommunikation und Marketing getrennt organisiert. Diese Strukturen sind oft über Jahre gewachsen.

Die Digitalisierung führt jedoch dazu, dass sich die Grenzen zwischen beiden Disziplinen auflösen – verbunden mit der Frage, wer worüber die Hoheit hat.



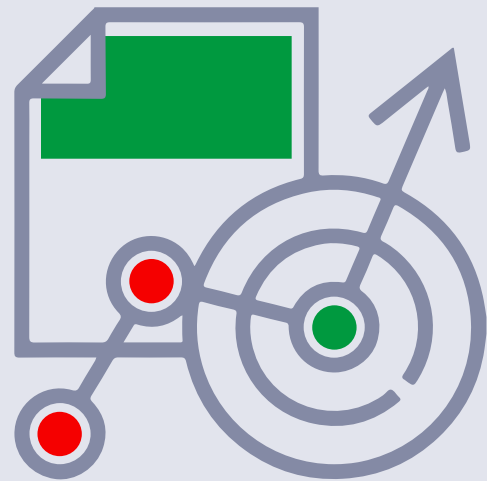
Unsere Top-10 Tipps, um die zwei Abteilungen **Kommunikation** und **Marketing** besser zu integrieren





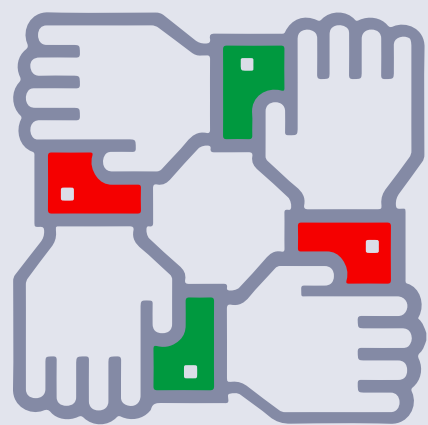
Beginnt auf Projektbasis.

Dadurch probiert ihr interdisziplinäre Zusammenarbeit aus und brecht Silos auf. Eine Retrospektive nach Projektende hilft, Learnings für die integrierte Zusammenarbeit aufzuzeigen.



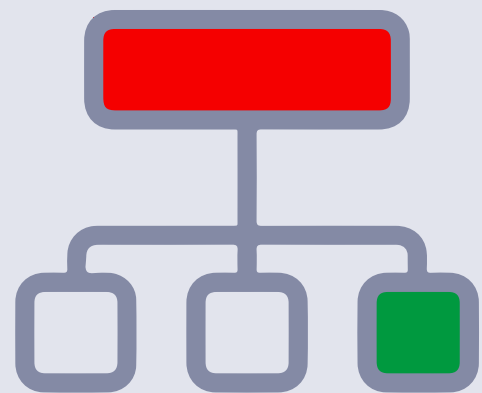
Erarbeitet gemeinsame Ziele.

Ein gemeinsames Zielbild sorgt für mehr gegenseitiges Verständnis. Plant eure Ziele zunächst auf Quartalsbasis und passt sie flexibel an die Realität an. Methoden wie OKRs (Objective & Key Results) helfen euch dabei.



Fördert die persönliche Entwicklung.

Wenn ihr Budget für entsprechende Weiterbildungsmaßnahmen bereitstellt, wird aus der integrierten Zusammenarbeit eine Karrierechance für alle Teammitglieder.



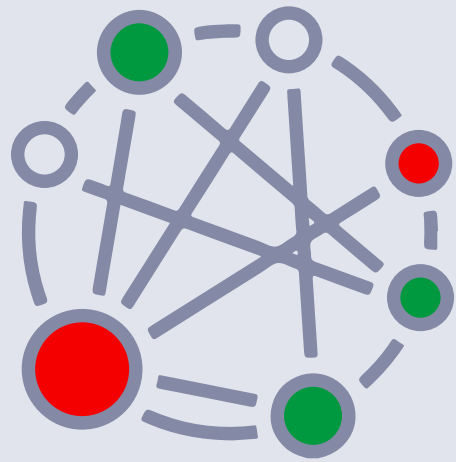
Einigt euch auf Agil oder Hierarchie.

Eine Mischung funktioniert in der Regel nicht gut. Berücksichtigt auch, dass agiles Arbeiten nicht für alle Themen geeignet ist.



Setzt einen News- room auf.

Ein Newsroom fördert interdisziplinäres Denken, da das Thema – und nicht Kanal oder Maßnahme – im Vordergrund stehen.



Trefft euch in einem Data-Circle.

Damit fördert ihr eine datenbasierte Entscheidungsfindung, die alle mittragen – statt Auseinandersetzungen nach Bauchgefühl und persönlichem Geschmack.



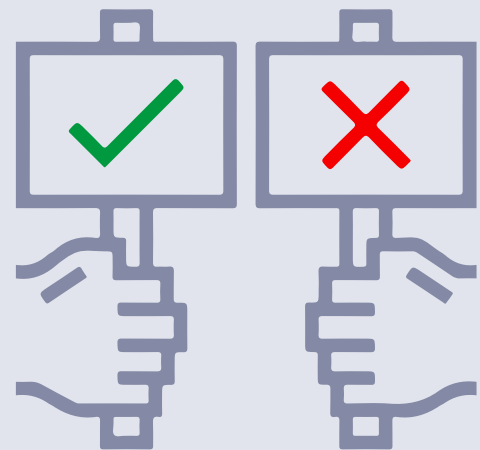
Macht ein Tool-Audit.

Hierbei könnt ihr Funktionalitäten, Daten und Hauptansprechpartner für jedes Tool festlegen, um Dubletten zu identifizieren. Das Nutzen derselben Tools ist ein wichtiger Schritt zur engeren Zusammenarbeit.



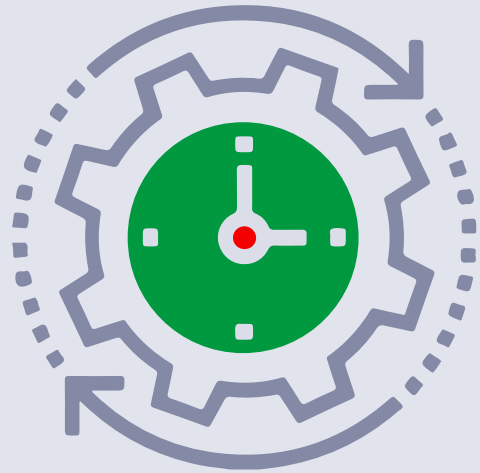
Begleitet mit Pulse-Checks.

Diese helfen Bedürfnisse der Teammitglieder während des Veränderungsprozesses im Blick zu behalten.



Nicht alles ist für alle perfekt.

Ihr bewegt euch in der integrierten Zusammenarbeit weg von gewachsenen Kontroll-Strukturen hin zu Selbstorganisation und Eigenverantwortung. Akzeptiert, dass nicht jeder im Team die alte Wohlfühlzone aufgeben möchte.



Lasst euch Zeit.

Die Integration von Kommunikation und Marketing kann ein mehrjähriger Prozess sein und bringt oft eine Änderung der Berichtswege mit sich. Denkt in Sprints und Projekten, um das Momentum zu erhalten.

Ist die Integration von Kommunikation und Marketing ein Thema für dich?

In der AG CommTech hast du die Möglichkeit zum Erfahrungsaustausch:

agcommtech.de

