

## 6.1 COMMUNICATIEPLAN

*Doelstelling: Het (her)schrijven van een communicatieplan afgestemd op de resultaten van het imagomanagement ter ondersteuning van de afdeling marketing.*



Met het implementeren van imagomanagement volgens TRES PRETIA® is een cultuur- en gedragverandering binnen de organisatie in gang gezet. De factor Mens staat meer dan tevoren centraal in de communicatie met uw klanten en is een waarborg voor uw imago. Bedrijfskritische informatie en, indien van toepassing, informatie van en over uw klanten is in veilige handen. Uw organisatie is bewust en bekwaam in deze snel veranderende kennismaatschappij. Integriteit is een USP geworden en dient als zodanig te worden uitgedragen.

### Case:

*Organisatie X heeft aan de implementatie van imagomanagement volgens TRES PRETIA® een veilig gevoel overgehouden. Een waarborg van het imago geregeld vanuit de organisatie. Men ervaart de meerwaarde en wil op een integere wijze gebruik maken van 'Het Nieuwe Communiceren'. Ook bij het opstellen van een vernieuwd communicatieplan is de hulp van TRES PRETIA® ingeroepen.*

### Oplossing:

Naast de traditionele opzet van een communicatieplan is vanuit de imagomanagement gedachte extra aandacht besteedt aan het feit dat klanten ook lijden onder door jou opgelopen imagoschade. Ook het feit dat je als organisatie ethisch verantwoord (bijvoorbeeld geen kinderarbeid) te werk gaat wordt commercieel benut. Ieder relevant aspect dat van toegevoegde waarde is op de integriteit en dus het imago van de onderneming werd commercieel vertaald naar tools in het communicatieplan.