

Communicative Leadership

Wie man profitables Wachstum kommunikativ begleitet

Der rote Ozean der Kommunikation ist rot vor Blut, weil sich der gesamte Wettbewerb dort abspielt und der Hai den Barracuda frisst, der wiederum den Hecht und so weiter, bis der Ozean rot wird. Hier sind die traditionelle Unternehmenskommunikation, die Medienarbeit, die interne Kommunikation, das Sponsoring, die Public Affairs, angesiedelt. Haupttreiber der Wertschaffung durch Kommunikation sind die Kommunikation bei Unternehmenskrisen und das Reputationsmanagement. Hier ist der Konkurrenzdruck groß und die Chancen auf Visibilität und Karriere geringer.

Der blaue Ozean der Kommunikation, noch frei von Konkurrenzdruck, ist die kommunikative Führung. Deren Wertschöpfungskette führt von der **1. Schaffung der Glaubwürdigkeit** durch exzellente Information über das **2. kontinuierliche Management des Stakeholderdialogs** durch erstklassige Kommunikation und vor allem gutes Zuhören über die **3. Stärkung der humanen Ressourcen** durch die Befähigung von Managern und Mitarbeitern durch Lernen und Lernen lehren bis zur **4. Entfesselung der Energie für profitables Wachstum** durch die Ermächtigung der Stakeholder. Das erlaubt, **5. Veränderung zu gestalten**, insbesondere in Zeiten globalen Dialogs über die sozialen Medien.

Ziel der kommunikativen Führung ist es, die Stakeholder zu begeistern und durch die Weiterempfehlung der Stakeholder eine ganzheitliche gesellschaftliche Akzeptanz des Unternehmens zu erreichen. Damit hilft die Anwendung kommunikativer Techniken, das Unternehmen krisenfest zu machen und den Prozess profitablen Wachstums zu fördern. Der einwöchige Workshop „Communicative Leadership – Wie man profitables Wachstum kommunikativ begleitet“ vermittelt Theorie und Praxis der Communicative Leadership wenige Monate, bevor diese Philosophie einem breiten Publikum zugänglich gemacht wird.*

Emilio Galli Zugaro wird jeden Morgen während einer Woche die Basis-Bausteine der kommunikativen Führung durch *Vorträge, Rollenspiele, Diskussionsrunden* in Workshop-Atmosphäre vorstellen und erarbeiten. Es werden viele *Fälle aus der unternehmerischen und kommunikativen Praxis* besprochen. Sie werden an der Wertschöpfungskette der kommunikativen Führung: Information – Kommunikation – Befähigung – Ermächtigung – Veränderung, entlanggeführt. Dabei werden *konkrete Tips und Tools* vorgestellt. Es bleibt Raum für *Interaktion und Dialog* (Programm und Teilnahmebedingungen anbei). Jeder Teilnehmer erhält in einem persönlichen Gespräch ein individuelles Feed-back am Ende der Veranstaltung. Nicht unwesentlich: *Netzwerken unter Profis*.

*Im Dezember erscheint das Buch „The Listening Leader“ von Emilio Galli Zugaro bei Pearson, London