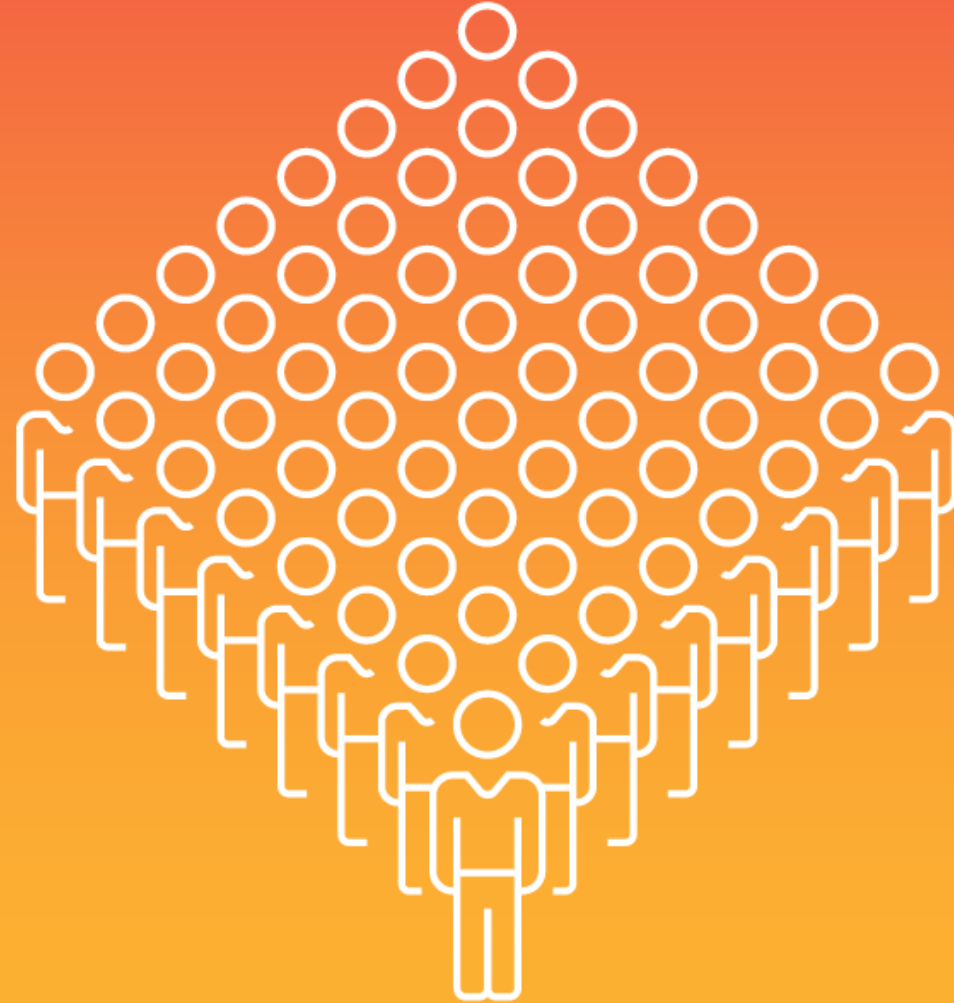


Markenimage, Kommunikation und Öffentlichkeitsarbeit Identité de marque, communication et relations publiques

Swiss Olympic Forum
Forum Swiss Olympic
05.05.2021



Spielregeln

Règles du jeu

- Schalte deine Kamera während der Präsentation aus und stelle dein Mikrofon auf stumm.
- Nutze den Chat für Fragen während der Präsentation.
- Aktiviere deine Kamera während dem Austausch.
- Stelle dein Mikrofon auf stumm, wenn du nicht sprichst.
- Für Wortmeldungen verwende die Funktion « Hand heben ».
- Éteignez votre caméra et mettez votre microphone en sourdine pendant la présentation.
- Utilisez le chat pour poser des questions pendant la présentation.
- Activez votre caméra pendant l'échange.
- Coupez votre microphone lorsque vous ne parlez pas.
- Pour demander la parole, utilisez la fonction « lever la main ».

Aufzeichnung des Workshops

Enregistrement de l'atelier

Der Workshop wird aufgezeichnet und im Nachgang auf der Eventplattform bis zum 31. Mai 2021 als Replay zur Verfügung gestellt.

L'atelier sera enregistré et disponible en différé sur la plateforme de l'événement jusqu'au 31 mai 2021.

Ablauf des Workshops

Déroulement de l'atelier

1. Kurze Einführung ins Thema
2. Präsentation der Strategie
3. Klären von Verständnisfragen
4. Diskussion, Meinungsaustausch
5. Zusammenfassung

1. Brève introduction au thème
2. Présentation de la stratégie
3. Clarification de questions de compréhension
4. Discussion, échange de points de vue
5. Résumé

Einordnung des Themas

Contexte thématique

Die vom ER im März 2018 verabschiedete Marken- und Kommunikationsstrategie legt die Grundlage und Leitlinien für die Markenführung und sämtliche Kommunikationsmassnahmen von Swiss Olympic.

Zentrale Instrumente:

- Marken- und Themenkommunikation
- Medien- und Öffentlichkeitsarbeit

La stratégie de marque et de communication adoptée par le CE en mars 2018 fixe les bases et les lignes directrices de la gestion de marque et de toutes les mesures de communication de Swiss Olympic.

Principaux outils :

- Communication autour de la marque et des thématiques
- Travail médiatique et de relations publiques

Systematik der Marken- und Kommunikationsstrategie

Systematique de la stratégie de marque et de communication



Nachhaltiges Werte-Fundament7

Ancrage durable des valeurs

Werte

Respect

«Mich selbst, meinen Körper und andere respektieren. Im Sport bedeutet Respekt Fairplay sowie die Absage an Doping oder anderes unethisches Verhalten.»

Friendship

«Freundschaften geben mir Kraft – auch im Sport. Zusammen Freude, Spass, Erfolge und Enttäuschungen erleben, die auch neben dem Spielfeld verbinden.»

Excellence

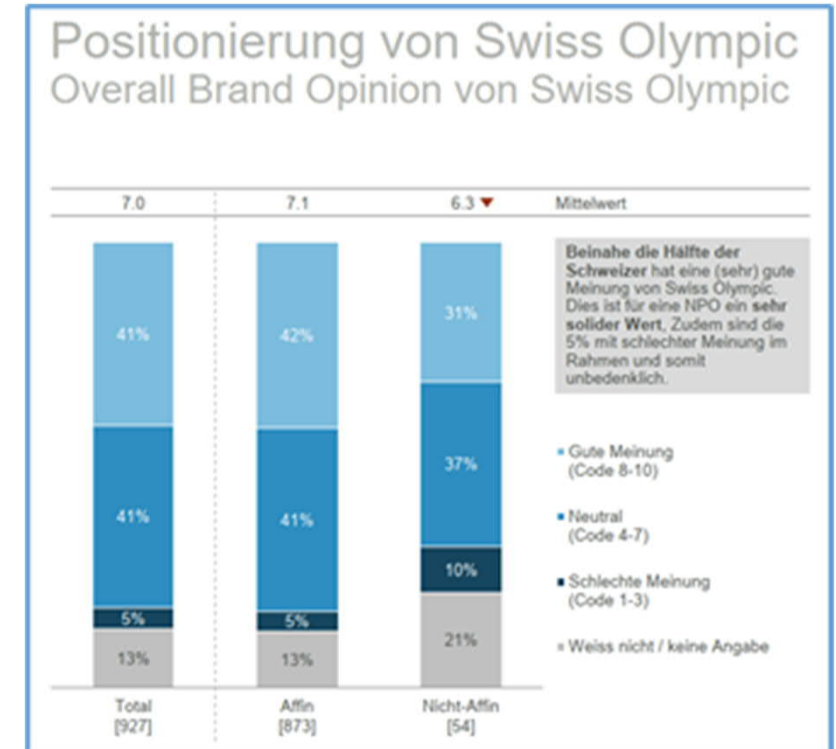
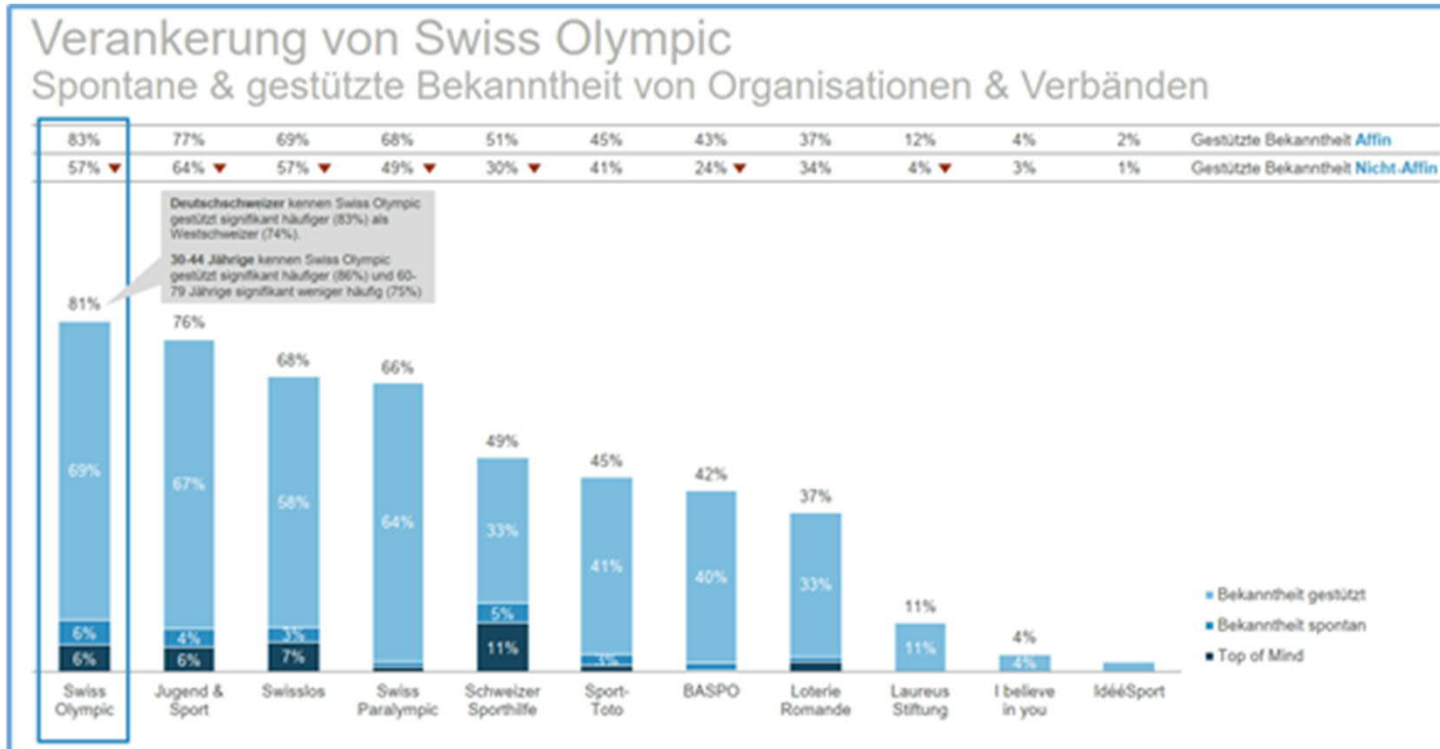
«In jeder Situation mein Bestes geben. Für mich und mein Team. Meine persönlichen Ziele erreichen, im Sport wie im täglichen Leben.»

Markenversprechen

Spirit
of
Sport

Hohe Bekanntheit und positives Markenimage

Notoriété élevée et image de marque positive



Kernziel S1

Objectif principal S1

Swiss Olympic verfolgt eine nachhaltige Markenstrategie, die auf den olympischen Werten Höchstleistung, Respekt und Freundschaft beruht und den «Spirit of Sport» zum Ausdruck bringt: Unser Markenversprechen für einen gesunden, respektvollen, fairen und erfolgreichen Schweizer Sport.

Auf dieser Grundhaltung basieren sämtliche Kommunikationsmassnahmen und die aktive Medien- und Öffentlichkeitsarbeit von Swiss Olympic als starke Stimme des Schweizer Sports.

Swiss Olympic poursuit une stratégie de marque durable fondée sur les valeurs olympiques que sont l'excellence, le respect et l'amitié, et qui reflète le « Spirit of Sport » : C'est là la promesse de notre marque pour un sport suisse sain, respectueux, fair-play et performant.

Cette philosophie inspire l'ensemble des mesures de communication et le travail actif des médias et des relations publiques de Swiss Olympic, véritable voix forte du sport suisse.

Messgrößen

Indicateurs

Bis 2025:

- Gestützte und spontane Bekanntheit von Swiss Olympic bei mindestens 75% in der Schweizer Bevölkerung.
- Positive Meinung über Swiss Olympic in der Schweizer Bevölkerung mit weniger als 10% mit einer negativen Meinung.

D'ici 2025 :

- Au moins 75 % de la population suisse connaît bien Swiss Olympic de manière assistée ou spontanée.
- Opinion positive de Swiss Olympic au sein de la population suisse, et opinion négative représentant moins de 10 %.

Schlüsselaktivität A1

Activité-clé A1

Wertorientierte Marken- und Themenkommunikation mit folgenden Stossrichtungen

- Kommunikative Leuchttürme schaffen zur Positionierung von Swiss Olympic
- Digitalisierung vorantreiben durch Ausrichtung auf interaktive Online-Medien
- 365 Tage on-air sein als Stimme des Schweizer Sports

Communication autour de la marque et des thématiques axée sur les valeurs, avec les orientations suivantes :

- Créer des moments phares communicatifs pour positionner Swiss Olympic
- Faire avancer la numérisation en mettant l'accent sur les médias interactifs en ligne
- Se faire entendre 365 jours par an en tant que voix du sport suisse

Schlüsselaktivität A2

Activité-clé A2

Medien- und Öffentlichkeitsarbeit zur
Imageprofilierung

- Proaktive Medienarbeit mit Medienmitteilungen und –konferenzen
- Reaktive Medienarbeit bei Medienanfragen
- Netzwerkpflege mit Journalist*innen und Medienverantwortlichen

Travail médiatique et de relations publiques pour profiler
l'image

- Travail médiatique proactif avec communiqués et conférences de presse
- Travail médiatique réactif en cas de demandes des médias
- Entretien du réseau avec des journalistes et des représentants des médias

Verständnisfragen Questions de compréhension



Diskussion Discussion



Zusammenfassung

Résumé



Danke fürs Engagement
Merci pour votre engagement

