

Eine moderne Weihnachtsgeschichte

Message from the CEO (Christmas Event Organizer): Dr. J. Christus v. Bethlehem:
Also Kinder, ich bin jetzt im Urlaub.

Aller Voraussicht nach bin ich bis Weihnachten wieder da, aber die Vorbereitungen darauf sollten natürlich jetzt schon loslaufen:

Status:

Wie Weihnachten letztes Jahr im Internet gezeigt hat, heißt Weihnachten nicht mehr Weihnachten, sondern X-mas, also muss der Weihnachtsmann entsprechend auch ab jetzt X-man heißen!
Da X-mas quasi schon vor der Tür steht, ist es spätestens seit Oktober höchste Zeit gewesen, mit der Weihnachtsvorbereitung zu beginnen - Verzeihung, seit Oktober ist es höchste Zeit, mit dem Weihnachts-roll-out zu starten und die Christmas-Mailing-Aktion just in time vorzubereiten.

Hinweis:

Die Kick-Off-Veranstaltung (früher 1. Advent) für die diesjährige SANCROS (Santa Claus Road Show) fand bereits am 30. November statt.

Daher wurde das offizielle come-together des Organizing Committees unter Vorsitz des CIO (Christmas Illumination Officer) abgehalten.

Erstmals haben wir ein Projekt-Status-Meeting vorgeschaltet, bei dem eine in Workshops entwickelte to-do-Liste und einheitliche Job Descriptions erstellt wurden. Dadurch sollen klare Verantwortungsbereiche, eine powervolle Performance des Kundenevents und optimierte Geschenk-Allocations geschaffen werden, was wiederum den Service-Level erhöht und außerdem hilft, X-mas als Brandname global zu implementieren. Dieses Meeting diente zugleich dazu, mit dem Co-Head des Global Christmas Markets (früher Knecht Ruprecht) die Ablauforganisation abzustimmen, die Geschenk-Distribution an die zuständigen private-Schenking-Center sicherzustellen und die Zielgruppen klar zu definieren. Erstmals sollen auch sog. Geschenk-Units über das Internet angeboten werden.

Die Service Provider (Engel, Elfen und Rentiere) wurden bereits via conference call virtuell informiert und die core-competence vergeben.

Ein Bündel von Incentives und ein separates Team-Building-Event an geeigneter location sollen den Motivationslevel erhöhen und gleichzeitig helfen, eine einheitliche corporate culture samt identity zu entwickeln.

Der Vorschlag, jedem Engel einen coach zur Seite zu stellen, wurde aus Budgetgründen zunächst gecancelled. Stattdessen wurde auf einer zusätzlichen Client Management Conference beschlossen, in einem testmarket als Pilotprojekt eine Hotline für kurzfristige Weihnachtswünsche einzurichten, um den added value für die Beschenkten zu erhöhen. Durch ein ausgeklügeltes Management Information System (MIST) ist auch benchmark-orientiertes Controlling für jedes private-Schenking-Center möglich.

Nachdem ein neues Literaturkonzept und das layout-Format von externen Consultants (Osterhasen Associates) definiert wurde, konnte auch schon das diesjährige Goldene Buch (Golden Book Release V2.22.113.1) erstellt werden. Es erscheint als Flyer, ergänzt um ein Leaflet und einen Newsletter für das laufende updating. Hochauflagige lowcost-giveaways dienen zudem als teaser und flankierende Marketingmaßnahmen. Ferner wurde durch intensives brainstorming ein Konsens über das Mission Statement gefunden.

Es lautet: "Let s keep the candles burning" und ersetzt das bisherige "Frohe Weihnachten".

X-man hatte zwar anfangs Bedenken angesichts des corporate redesigns.
Er akzeptierte aber letztlich den progressiven Consulting- Ansatz, auch im Hinblick auf das Sharholder-value, und würdigte das Know-how seiner Investor-Relation-Manager.

Na dann, merry X-mas
