



## Strategieberaterin: Stefanie Heyduck

+49 176 83098759 | [post@edition-heyduck.de](mailto:post@edition-heyduck.de)

Heimeranstr. 55, 80339 München | [www.edition-heyduck.de](http://www.edition-heyduck.de)

**Themenschwerpunkte:** Digitale Transformation, Content-Strategie, Social Marketing, Business Model Generation, Change Management

---

### Projektliste (Auswahl)

11/2018 - 12/2018  
BILDUNG

#### IT-Digitalisierungspädagoge

Für einen bayerischen Bildungsträger wurde im Bereich „Medien & Kol-  
laboration“ ein Schulungskonzept für den einjährigen Lehrgangs „IT-Dig-  
italisierungspädagoge“ entwickelt. Die Teilnehmer wurden befähigt digi-  
tale Transformation in Unternehmen selbst voranzutreiben und strate-  
gisch zu planen.

**Rolle im Projekt:** Digitalberaterin und Referentin.

06/2018 - 12/2018  
INDUSTRIE

#### CEO Positioning

Konzeption einer digitalen CEO-Positioning-Strategie für einen Her-  
steller von Produkten und Lösungen aus dem Bereich des sichtbaren  
und unsichtbaren Lichts. Für eine Ausgründung wurde eine Social-Me-  
dia-Strategie auf Basis von „thought leadership“ und CEO positioning  
entwickelt.

**Rolle im Projekt:** Strategische Kommunikationsberaterin.

06/2018 - 12/2018  
TOURISTIK

#### Social Customer Service Strategie

Weiterentwicklung des Community Management eines Kreuzfahrtun-  
ternehmens. Auf Basis einer Reifegrad-Analyse wurden Strate-  
gieempfehlung und Prozessoptimierung abgeleitet. Mit dem langfristi-  
gen Ziel eine 360°-Sicht auf den Kunden zu erhalten.

**Rolle im Projekt:** Strategieberaterin.

03/2018 - 08/2018  
AUTOMOTIVE

## Culture-Change-Kampagne

Konzeption einer internen Social-Media-Kampagne, um Mitarbeiter zu motivieren, sich aktiv und kreativ an einem konzernweiten Kulturwandel zu beteiligen. Teil des Konzepts sind Social- und Gamification-Aspekte, die der Kampagne über einen längeren Zeitraum hohe Aufmerksamkeit garantieren. Herausforderung dabei war es, die internen Regularien des Konzerns zu erfüllen und dennoch einen internationalen Roll-out zu ermöglichen.

**Rolle im Projekt:** Konzeption der Kampagne und Beratung der internen Stakeholder.

10/2014 - 10/2016  
INDUSTRIE

## Social Intranet

Einführung eines Social Intranet bei einem Großkunden aus dem Industriesektor, um die weltweite Vernetzung aller Mitarbeiter zu ermöglichen und dadurch den internen Wissensaustausch und die abteilungsübergreifende Zusammenarbeit zu verbessern.

**Rolle im Projekt:** Teamleitung des Social-Collaboration-Streams innerhalb des Social Intranet Programms. Strategieentwicklung, Organisations- und Governance-Modellierung, Schulungskonzept sowie technischer Roll-out der Social-Collaboration-Lösung.

8/2016  
AUTOMOTIVE

## Content Factory

Strategische Ausarbeitung eines Vorgehensmodells für konzernweites und internationales „Multimedia Content Marketing“. Dazu wurde zunächst ein Strategie-Blueprint erarbeitet, der exemplarisch an einem Piloten erprobt und auf Basis der ersten Erfahrungen iterativ weiterentwickelt wurde.

Durch modulare Bausteine gewann das Projekt an Agilität und Skalierbarkeit. Über ein Readiness Assessment wurde der Reifegrad der Organisation ermittelt. Über Zielgruppen-, Prozess-, Performance- und Content-Analysen wurden die nötigen Maßnahmen abgeleitet, um die konzernweite Kommunikationsplanung abzudecken.

**Rolle im Projekt:** Lead Consultant.

12/2015 - 03/2016  
VERKEHR  
LOGISTIK

## Content-Strategie Personalmarketing

Strategische Weiterentwicklung der digitalen Arbeitgeberkommunikation für einen Großkunden aus dem Bereich Verkehr & Logistik. Über Gap-, Zielgruppen-, und Kanalanalysen wurden Handlungsfelder identifiziert und diese in gemeinsamen Customer-Journey-Workshops mit dem Kunden bearbeitet.

Ergebnis war eine übergreifende Content-Strategie mit ausgearbeiteten Prozess- und Rollendefinitionen für das abteilungsübergreifende Team, ein diversifiziertes Touchpoint-Management, das inhaltlich stärker auf Zielgruppen, Kanäle und Botschaften angepasst wurde und ein Konzept für kanalübergreifendes Storytelling.

**Rolle im Projekt:** Lead Strategieberaterin.

06/2014 - 10-2014  
AUTOMOTIVE

## Enabling Enterprise 2.0

Um zu erarbeiten, wie eine Enterprise 2.0 Transformation zur Umstrukturierung in eine Duale Organisation beitragen kann, wurde anhand eines Piloten das skalierbare Vorgehen exemplarisch umgesetzt und daraus die konkrete Strategie und Roadmap für das Program formuliert. Außerdem sollten generelle Anforderungen aus agilen Teams für ein duales Organisationsmodell abgeleitet werden.

Mit Hilfe von Interviews wurde eine Capability-Reifegrad-Analyse durchgeführt. Ergebnis war eine ausführliche Gap-Analyse und priorisierte Handlungsfelder aus denen ein Zielbild entwickelt und konkrete Maßnahmen abgeleitet wurden. Über die Entwicklung von vier praxisnahen, geschäftsrelevanten Experimenten (Design-Thinking-Methode) wurden Lösungswege erprobt. Die Resultate der Experimente wurden zurück gespiegelt auf die Gap-Analyse, um daraus Anforderungen für das künftige Target Operating Model abzuleiten.

**Rolle im Projekt:** Lead Strategieberaterin.

05/2015  
TECHNIK  
TELEKOMMUNIKATION

## Social-Marketing-Transformation

Einführung einer kundenzentrierten, automatisierten Marketinglösung bei einem asiatischen Hardware-Hersteller. Auf Basis einer AI-gestützten Monitoringlösung wurde dem Auftraggeber ein 360-Grad-Blick auf potentielle Kunden über alle digitalen Kanäle hinweg ermöglicht.

Das Social Marketing Team entwickelte dazu die Organisationsmodelle, Kundensegmentierung, Customer-Journey-Analysen, Kampagnenkonzepte und KPI Dashboards.

**Rolle im Projekt:** Strategische Kommunikationsberaterin mit Schwerpunkt Social Marketing.

2008 - 2018  
PUBLIC SECTOR  
FINANCE  
AUTOMOTIVE  
INDUSTRIE  
FORSCHUNG

## Social-Media-Strategien und -Governance

Entwicklung und Umsetzung von konzernweiten, internationalen Social-Media-Strategien für diverse **B2B-Kunden** aus unterschiedlichen Branchen. Basis der Strategiearbeit sind Themen- und Customer-Journey-Analysen aus denen sich die Zielgruppen-, -Content- und einzelne Kanalstrategien ableiten. Schwerpunkte im B2B-Umfeld waren: CEO-Positionierung und Employer Branding.

Erstellung von Social-Media-Guidelines und -Governance-Dokumenten, Betriebsratsvorlagen, Stakeholder-Präsentationen und Schulungen.

**Rolle in den Projekten:** Strategieberaterin.