

EFFIZIENTE PRESSEARBEIT FÜR MITTELSTÄNDISCHE UNTERNEHMEN

Vortrag am 27.01.2011

Gewerbeverband Sauerlach



AGENDA

- WAS PRESSEARBEIT LEISTEN KANN
- ERFOLGSFAKTOREN EFFIZIENTER PRESSEARBEIT
- SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR

TUE GUTES UND REDE DARÜBER – WAS GUTE PRESSEARBEIT LEISTEN KANN!

- GERINGE KOSTEN – GROSSE WIRKUNG
- HOHE GLAUBWÜRDIGKEIT
- GERINGE STREUVERLUSTE
- EFFIZIENT NEUE KUNDEN GEWINNEN
- POSITIONIERUNG AM MARKT / IMAGEBILDUNG

ERFOLGSFAKTOREN GUTER PR I

- DER OPTIMALE RAHMEN – INTERNE VORAUSSETZUNGEN
 - ▶ Ein (!) Ansprechpartner für die Presse
 - ▶ Informationsfluss
 - ▶ Anbindung der Abteilung
 - ▶ Corporate Design (CI/CD)

ERFOLGSFAKTOREN GUTER PR II

- PROFESSIONALITÄT
 - ▶ Beherrschen des Handwerkszeugs
 - ▶ Keine versteckte Werbung
 - ▶ Dem Anlass angemessene Information (Timing, Wording, Tools)

ERFOLGSFAKTOREN GUTER PR III

- KENNEN DER ZIELGRUPPE
 - ▶ Regionale Medien
 - ▶ Überregionale Medien
- PARTNER DER JOURNALISTEN SEIN
 - ▶ Persönliche Beziehungen
 - ▶ Medien-Dienstleister

ERFOLGSFAKTOREN GUTER PR IV

- STRATEGISCHES ARBEITEN
 - ▶ Langfristiges Denken und Planen
 - ▶ Einbinden der Pressestrategie in ganz-heitliche Kommunikationsstrategie
- VERSTEHEN, WIE DIE PARTNER TICKEN!

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR I

- KOMMUNIKATIONSZIELE ENTWICKELN
 - ▶ Die wichtigsten Kommunikationsziele sind:
 - Image verändern
 - Bekanntheitsgrad erhöhen → Umsatz- und Verkaufsziele
 - Vertrauen stiften
 - Informationsvermittlung

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR II

- BOTSCHAFTEN DEFINIEREN
 - ▶ Worüber soll kommuniziert werden (Kommunikationsgegenstand)?
 - z.B. das Unternehmen und seine Produkte
 - ▶ Und was soll darüber kommuniziert werden (Kommunikationsinhalt)?
 - z.B. die lange Tradition Ihres Unternehmens
 - z.B. die hohe Qualität Ihrer Produkte
 - alle Aussagen, die helfen, Ihr Kommunikationsziel zu erreichen

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR III

- ANLÄSSE SCHAFFEN
 - ▶ Themenplan
- DEFINIEREN DER EINZUSETZENDEN KOMMUNIKATIONSMITTEL
 - ▶ Aktive Pressebegegnungen
 - ▶ Passive Pressebegegnungen
 - ▶ Sonstiges Informationsmaterial

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR IV

- ERFORDERLICHE KOMMUNIKATIONSPARTNER BESTIMMEN!
- OPTIMALE KOMMUNIKATIONSZEITPUNKTE DER VERSCHIEDENEN MASSNAHMEN DEFINIEREN!

SCHRITT FÜR SCHRITT ZU GUTER PR V

- ERGEBNISSE DER PR-ARBEIT EVALUIEREN
 - ▶ Analyse der Ergebnisse
 - Medienresonanzanalyse (Clipping)
 - Input-Output-Analyse (z.B. Inhaltsanalyse)
 - Wirkungsanalyse (z.B. Kundenbefragungen, Imageanalyse)
 - ▶ Ergebnisse auf langfristigen PR-Plan anwenden, ggf. modifizieren

FEHLENDE INTERNE KAPAZITÄTEN

- WIE KÖNNEN AGENTUREN UNTERSTÜTZEN?
 - ▶ Beratung (z.B. Erstellen des PR-Plans, Aufbau des Presseverteilers, etc.)
 - ▶ Texten (z.B. Pressemitteilungen, Namensartikel, etc.)
 - ▶ Konzeption von Kampagnen
 - ▶ Planung und Ausrichtung einer Pressekonferenz
 - ▶ PR-Evaluation (Erfolgskontrolle)

VIelen DANK FÜR IHRE AUFMERKSAMKEIT!

ANDREA BÄRING

BAERING & Co. COMMUNICATION UG
(HAFTUNGSBESCHRÄNKT)
PR- UND KOMMUNIKATIONSBERATUNG

MITTERFELDSTR. 26 * 82054 SAUERLACH
FON 08 | 04.8870-95 * FAX 08 | 04.8870-99
INFO@BAERING-CO.COM * WWW.BAERING-CO.COM