

Checkliste für Ihre Pressearbeit

Checken Sie für Ihr Unternehmen, worauf es Ihnen bei aktiver Pressearbeit ankommt. Wir unterstützen Sie dabei, das Wesentliche nicht aus den Augen zu verlieren, damit Sie bei der Fachpresse richtig gut ankommen – und damit bei Ihren Kunden.

1. Regional, national, international?

Wo sitzen Ihre Kunden? In der Region, im deutschsprachigen Raum oder darüber hinaus? Mit dieser Festlegung entscheidet sich, aus welchen Medien sich Ihr Presseverteiler zusammensetzt.

Ihre Kunden sind vor allem:

- In ihrer Region
- In Deutschland
- Im deutschsprachigen Raum (Deutschland, Österreich, Schweiz)
- In Europa
- weltweit

Unser Tipp: Wir empfehlen gezielte Pressearbeit für Technik-Unternehmen im B2B-Umfeld, wenn Ihre Kunden nicht nur in Ihrer Region ihren Firmensitz haben.

2. Welche Ziele streben Sie mit Ihrem Internetauftritt an?

Von der Zielsetzung, die Sie sich für Ihre Pressearbeit gesetzt haben, ist die Häufigkeit und inhaltliche Ausrichtung Ihrer Presstexte abhängig. Auch der Vertriebsweg ist entscheidend und fließt in diese Überlegung mit ein.

Sie wollen:

- Image aufbauen
- Vertrauen erhalten und / oder aufbauen
- Produkte promoten
- Als Lösungsanbieter auftreten
- Im Internet verkaufen
- Erfolg kommunizieren
- Wirtschaftskraft ausstrahlen
- Innovationen bekannt machen

Mit Pressearbeit kann man direkt und indirekt verkaufen. Mit welchen Botschaften Sie sich in den Medien präsentieren, hängt vom Portfolio und den Geschäftszielen Ihres Unternehmens ab.

3. Instrumente der Pressearbeit

Wer aktiv Pressearbeit betreiben möchte, muss unterschiedliche Instrumente einsetzen, damit die Fachpresse Ihre Unternehmensnachrichten veröffentlicht. Sie brauchen:

- Einen Presseverteiler
- Eine Basispressemappe
- Regelmäßige Pressemitteilungen
- interessante und lesenswerte Fachbeiträge oder Anwenderberichte
- Messe-PR
- Ausschnittdienst, um die Veröffentlichungen zu messen

Stellen Sie sicher, dass Ihre Presstexte bei den Journalisten gut ankommen, weil diese professionell geschrieben sind.

Unser Tipp: Telefonieren Sie Pressemitteilungen nie nach. Das kommt bei den Redakteuren nicht gut an.

Sie haben Fragen zum dem Thema PR? Sie sind sich nicht sicher, ob Sie regelmäßig Pressenachrichten verschicken können? Ihnen fallen keine spannenden Themen ein oder trauen sich nicht zu, PR selbständig mit Leben zu füllen? Kein Problem! Es gibt ja uns. Gern bringen wir Sie in die Medien. Rufen Sie uns einfach an oder schreiben Sie uns.

Bitte senden Sie uns Ihre ausgefüllte Checkliste mit Ihren Kontaktdaten per Fax, damit wir bei unserem ersten / nächsten Gespräch optimal vorbereitet sind.

Bitte Fax an: 07351 / 1897 - 29

Firma _____

Branche _____

Ansprechpartner _____

Straße, Hausnummer _____

PLZ, Ort _____

Telefon _____ Fax _____

E-mail _____

Internetadresse _____

Weitere Informationen: _____