



Lasst uns einfach mal laut denken...

**Wie kommen wir in die Zeitung?
Bedeutet gezielte Pressearbeit wirklich mehr Unternehmenserfolg?**

Fragen Sie sich auch manchmal warum ihr Konkurrent in aller Munde ist obwohl doch sie mehr Qualität und Service bieten?

Image ist alles! Es ist unbestritten, dass Unternehmen mit einem positiven Image einfach mehr Erfolg haben als Firmen, die kaum jemand kennt oder über die man eher negativ spricht - und das bei durchaus vergleichbaren Produkten.

Gründe dafür können vielfältig sein, doch kann man mit einer gezielten Öffentlichkeitsarbeit sicher einiges bewirken. Mit einer aktiven Pflege von Medien und Meinungsbildnern agieren Sie in der Öffentlichkeit und reagieren nicht nur auf eingetretene Entwicklungen und hinken sozusagen dem Markt hinterher.

Darüber hinaus sollten Sie beachten, dass sich potentielle Kunden nicht nur mehr am Nutzen eines Produktes orientieren, sondern dass vermittelte Image eines Produktes oder einer Dienstleistung mitkaufen.

Warum sollte ich einen „normalen“ Prosecco kaufen, wenn ich Paris Hiltons Lieblingsprosecco trinken kann?

Immer wieder frage ich bei Kundenterminen nach in wie weit Sie diesen Bereich abgedeckt haben.

Das Fazit dabei ist zumeist, dass gerade mittelständische Unternehmen nicht auf die Wirkung von Öffentlichkeitsarbeit vertrauen. Ereignisse wie Firmenübernahmen, Jubiläen, Unternehmenserfolge, Kundengewinne etc. werden als unwichtig für die Allgemeinheit abgetan und der Versuch der Veröffentlichung erst gar nicht gemacht. Doch wie soll sich der Kunde nun mit ihrem Unternehmen identifizieren, es besser kennen lernen und ganz grundsätzlich noch wissen, dass es Sie noch gibt?

Alles schön und gut, doch das Bewusstsein in Öffentlichkeitsarbeit zu investieren zeugt noch nicht von guter PR-Arbeit. Meist werden die Texte so verfasst sind, dass sie niemanden ansprechen und fallen deshalb dem Selektionsprozess der Chefredakteure zum Opfer.

Gibt es nun ein Allgemeinrezept für gute Presstexte? Sie sollten formale Kriterien wie Layout, Länge, Fotos sowie inhaltliche Gestaltungsmerkmale wie Fragen, Schreibstil, Zielgruppe auf jeden Fall beachten und auf ihre Bedürfnisse abstimmen.

Daneben ist auch der interne organisatorische Ablauf von Wichtigkeit. Fragen nach Zeitplanung, Kosten sowie Versand sollten bei zielführender Pressearbeit beachtet werden.

Und wenn Sie diese Punkte beachten, dann tritt der Nutzen der Öffentlichkeitsarbeit ganz von selbst ein.



Die Agentur mit den **zündenden Ideen!**



Es kommt zur Erhöhung des Bekanntheitsgrades Ihres Unternehmens und damit seiner Marktbedeutung, zur Bildung eines positiven Images, zur Verkaufsförderung sowie auch zu einer besseren Ausgangslage in Krisensituationen.

Überzeugt, dann viel Vergnügen bei Ihrer gezielten Pressearbeit – und falls Sie Hilfe brauchen, wissen Sie ja wo Sie uns finden.

Cornelia Janisch

Geschäftsführerin C&C Agency
Sautergasse 20/3, A-1170 Wien
Tel:+43/1/ 641 42 60-20
c.janisch@cc-agency.com