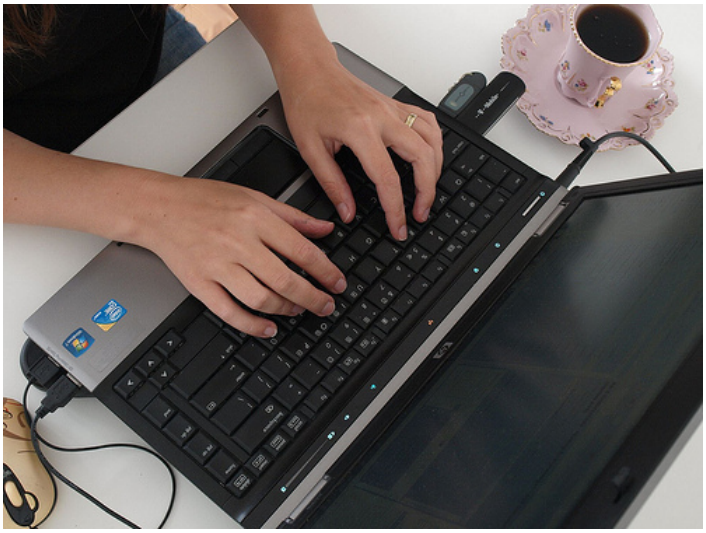
IN 8 SCHRITTEN ZU ERFOLGREICHER ONLINE-PR



Veröffentlicht am 20. September 2012 von Annette

Was nützt die schönste Seite im Internet, wenn Sie nicht auffindbar und bekannt gemacht wird? Nach intelligentem Webdesign und [...]

Was nützt die schönste Seite im Internet, wenn Sie nicht auffindbar und bekannt gemacht wird? Nach intelligentem Webdesign und kontinuierlicher Suchmaschinenoptimierung bedarf es **zielgerichteter Online-PR**, um Ihr Unternehmen in der digitalen Welt nach vorne zu bringen. Wir haben für Sie ein **8-Schritte-Programm** erstellt, mit dem Sie Ihre PR-Aktivitäten im Internet optimieren können.

1. Unternehmenskommunikation organisieren

Bevor man irgendwelche Inhalte nach außen trägt, sollte man die interne Kommunikation regeln. Sicher denken Sie jetzt: "Das müssen doch nur große Konzerne tun, bei 5 Mitarbeitern ist das sicher nicht nötig." Dem ist nicht so. Sie brauchen auch einen **stetigen Informationsfluss** in einem kleinen Unternehmen, um effektiv mit Ihren Kunden in den Dialog treten zu können. Es muss klar sein, wer für die PR-Arbeit zuständig ist und wer nicht und welche Informationen unbedingt weitergegeben werden müssen und welche auf keinen Fall veröffentlicht werden. Denn wie sollen Sie zum Beispiel auf Facebook von der tollen After-Work-Party berichten, wenn Ihnen niemand etwas davon sagt oder keiner ein Foto macht?

2. Überblick behalten

Wissen Sie, was bereits im Netz über Sie zu finden ist? Bevor Sie im Web 2.0 aktiv werden, sollten Sie sicher gehen, dass Sie wissen, wie es um **Ihren Ruf im Internet** bestellt ist. Gibt es bereits Artikel über Ihr Unternehmen? Sind Bewertungen abgegeben worden? Wo und wie wird über Sie gesprochen? Nur so können Sie sich effektiv vorbereiten.

3. Ziele definieren

„Wer den Hafen nicht kennt, in den er segeln will, für den ist kein Wind der richtige," wusste schon Seneca. Das will heißen: Bevor Sie loslegen, sollten Sie **klare Ziele** definieren. Was wollen Sie mit Online-PR erreichen? Wollen Sie mehr Kunden gewinnen? Wenn ja, für welches Produkt? Wollen Sie Ihr Image stärken? Oder ein neues Produkt bekannt machen? Es gibt vielfältige Möglichkeiten, die jeweils andere Strategien erfordern. Ohne ein Ziel kann keine Strategie ausgearbeitet werden.

4. Stärken herausstellen

Um sich von der Masse abzuheben, müssen Sie besonders sein. Überlegen Sie sich deshalb, wo **Ihre speziellen Stärken** liegen. Was unterscheiden Sie von Ihren Mitbewerbern? Was ist Ihr Alleinstellungsmerkmal? Egal, ob es ein Extra-Service, ein außergewöhnliches Produkt oder ein ungewöhnlicher Standort Sie auszeichnet, setzen Sie bei Ihrer Online-PR genau darauf.

5. Zielgruppe festlegen und analysieren

Wen wollen Sie erreichen? "Alle" oder "Egal" ist nicht hilfreich. Sie brauchen ein **klar umrissenes Publikum**, um eine effektive Strategie ausarbeiten zu können. Ein Beispiel könnten Frauen zwischen 20 und 30 Jahren sein. Danach gilt es, zu überlegen, welche Bedürfnisse diese Zielgruppe hat. Warum Bedürfnisse? Weil Sie als Unternehmen diese **Bedürfnisse stillen** wollen. Sie müssen **sich nützlich machen**, um gehört zu werden. Dazu müssen Sie wissen, wie Ihre Zielgruppe tickt.

6. Maßnahmen erarbeiten

Nachdem Sie herausgefunden haben, was die Bedürfnisse Ihrer Benutzer sind, entwerfen Sie **Maßnahmen, wie Sie diese befriedigen können**. Angenommen, Ihre Zielgruppe möchte ein gemütliches Zuhause haben. Dann wäre eine denkbare Maßnahme, Tipps für schöne Einrichtungsgegenstände und Bilder von eingerichteten Wohnungen zu teilen, um die Benutzer zu inspirieren und Ihnen Designtrends zu zeigen. Je nach Zielgruppe und Unternehmen können PR-Maßnahmen komplett unterschiedlich sein. Hier ist **Kreativität** gefragt.

7. Plattform auswählen

Online-PR lässt sich auf verschiedenen Kanälen betreiben. Je nach Unternehmen, Zielgruppe und Maßnahmen kann mal die eine und mal die andere Plattform sinnvoll sein. **Blogs, Pressemitteilungen und Facebook** sind sicher die am meisten genutzten Kanäle. Es gibt aber noch mehr.

8. Erfolg messen

Messen Sie Ihren Online-PR Erfolg. Für Social Media Aktivitäten auf Facebook bietet sich das Errechnen der Interaktionsrate an. Alle anderen Maßnahmen können gut mit Analyse-Tools wie Piwik verfolgt werden. Hier können Sie sehen, wie sich die Zugriffe auf Ihre Seiten nach bestimmten PR-Aktionen verändert haben und von welchen Seiten Ihre Besucher zu Ihnen gelangen.

Mit diesen 8 Schritten steht erfolgreicher PR-Arbeit im Internet nichts mehr im Weg. Bei Fragen sollten Sie sich auf jeden Fall an eine **erfahrene PR-Agentur** wenden. Häufig kommen gerade von außen – ohne die Betriebsblindheits-Brille – die besten Ideen.

THUMBNAIL IMAGE: DAY 9 - MAY 21, 2012 VON SONIA BELVISO VIA CC BY 2.0