

UNSERE 5 PR-TIPPS FÜR EINE GRÖßERE MARKENBEKANNTHEIT

Veröffentlicht am 28. Oktober 2014 von Rüdiger

Sie wünschen sich mehr Beachtung für Ihr Produkt oder Ihre Dienstleistung? Dann sollten Sie bei Ihrer PR auf klare Botschaften und gute Kommunikation setzen. Denn Ihre Kunden müssen wissen, wer Sie sind und was Sie wollen. Ihre Webpräsenz und die sozialen Medien bieten Ihnen alles, was Sie für eine Steigerung Ihrer Markenbekanntheit benötigen. Wie Sie diese PR-Kanäle am besten nutzen, entnehmen Sie unseren 5 neuen PR-Tipps.

Mit einer **intelligenten PR-Strategie** erreichen Sie gleich mehrere Unternehmensziele: Sie **erregen bei Journalisten Aufmerksamkeit** für Ihre Angebote und **binden Kunden langfristig** an Ihr Unternehmen. Was eine solche PR-Strategie ausmacht, verraten wir Ihnen mit **unseren 5 Tipps**:

1. Die Botschaft muss klar sein

Immer wieder führen Firmen PR-Kampagnen durch, die Ihre Zielgruppe vor ein Rätsel stellt: Was will dieses Unternehmen eigentlich von mir? Diese Frage sollten sich Ihre Kunden bei Ihren PR-Maßnahmen nie stellen. Teilen Sie Ihrer Zielgruppe unmissverständlich mit, **was Sie tun soll**. **Wiederholen Sie Ihre Botschaft** und verlieren Sie nicht Ihre Zielvorgaben aus den Augen.

2. Zeigen Sie Ihr Profil

Wer sich für Ihre Dienstleistung oder Ihr Produkt interessiert, möchte auch Sie kennenlernen. Die „Über uns“-Rubrik auf Ihrer Webpräsenz ist der ideale Platz, **um die Neugier Ihrer Kunden zu stillen**. Zeigen Sie hier Ihr **einzigartiges Unternehmensprofil** und damit Persönlichkeit. So bleiben Sie im Gedächtnis und heben sich von Ihrer Konkurrenz ab.

3. Halten Sie einen Krisenplan bereit

Für die **Online-Reputation Ihres Unternehmens** ist ein [Shitstorm](#) Gift. Lassen Sie es gar nicht erst so weit kommen. Verfolgen Sie mit einem wachsamem Blick, was sich auf Ihren Social-Media-Profilen abspielt. Falls Sie einen **kritischen Kommentar** etwa auf Ihrer Facebook Fanpage lesen, müssen sie **unverzüglich darauf eingehen**. Mit einem **Krisenplan** nehmen Sie den Kritikern dabei schnell den Wind aus den Segeln.

4. Unterscheiden Sie zwischen Ergebnis und Wirkung

Bei der Erfolgsmessung Ihrer PR-Aktivitäten müssen zwischen **Ergebnissen** und **Auswirkungen** unterscheiden. Ein Ergebnis ist beispielsweise eine Umsatzsteigerung beim Verkauf eines Produkts. Eine Auswirkung wäre eine Veränderung im Kaufverhalten der Kunden. Beides sollten Sie **unabhängig voneinander auswerten**.

5. Die gesamte Firma muss an einem Strang ziehen

Für ein positives Image Ihres Unternehmens und mehr Markenbekanntheit ist es **wichtig, dass verschiedene Abteilungen zusammenarbeiten**. Wer sich in seiner Firma einmal umsieht, wird **viele**

interessante Themen für die PR entdecken. Im Krisenfall können die Experten aus der Produktion den PR-Verantwortlichen mit wertvollen Informationen unterstützen.

Wenn Sie Ihre **Marke**, also Ihr Produkt oder Ihre Firma, **bekannter machen** wollen, muss Ihre PR zielführend sein. Machen Sie Ihrer Zielgruppe klar, **mit wem sie es zu tun haben und was sie ihr bieten**. [Sprechen Sie uns an](#), wenn Sie Fragen zur Online-PR haben. Wir beraten Sie gerne!