

INHALTSVERZEICHNIS

| | |
|---|----|
| Schritt 1) Strategie und Planung müssen sein..... | 5 |
|  Meine Kommunikationsziele | 8 |
| Schritt 2) So findest du in deiner Zielgruppe deine WunschkundInnen..... | 9 |
|  Arbeitsblatt: Mein/e WunschkundIn..... | 12 |
| Schritt 3) Finde deine Nische!..... | 13 |
|  Meine Positionierung | 15 |
| Schritt 4) Wie du unverwechselbar wirst..... | 16 |
|  Checkliste für die Namenswahl..... | 21 |
|  Die Gestaltung deiner Corporate Identity | 22 |
|  Checkliste zu Sprache & Tonalität..... | 23 |
| Schritt 5) Deine Kommunikation: Redest du oder hörst du zu?..... | 24 |
|  Welcher Kommunikationstyp bist du?..... | 26 |
|  Was sagen deine KundInnen? | 27 |
| Schritt 6) Dein richtiger Kommunikations-Mix | 28 |
|  Mein Kommunikations-Mix | 33 |
| Schritt 7) So startest du mit deiner Pressearbeit..... | 34 |
|  Leitfaden für deine Pressearbeit | 37 |
|  Checkliste für deine Pressemitteilung (Medieninformation/Presstext) | 38 |
| Schritt 8) Ein paar Tipps zum Schreiben, zu Storytelling und zu Content..... | 39 |
|  7 Goldene Regeln für bessere Texte..... | 41 |
|  Storytelling in der Öffentlichkeitsarbeit..... | 42 |
| Schritt 9) So misst du deinen PR-Erfolg..... | 43 |
| Schritt 10) PR sind ein Marathon. | 44 |
|  Meine Kommunikationsstrategie auf einen Blick | 45 |
|  Mein Kommunikationsplan für 202. auf einen Blick..... | 46 |

Schritt 1) Strategie und Planung müssen sein

Überlegen. Planen. TUN.

In deinem Businessplan hast du dich sicher schon mit deinen Unternehmens- und Marketingzielen beschäftigt. Das ist eine prima Grundlage für deine weiteren Marketing- bzw. PR-Aktivitäten.

(Wenn nicht, dann tue es jetzt ein wenig intensiver.)

Habe ein Konzept für deine Kommunikation/PR

Vielleicht fragst du dich: Warum brauch ich – zumal als Ein-Personen-UnternehmerIn – überhaupt eine Kommunikationsstrategie oder gar ein -konzept?

Das klingt nach **viel Arbeit und Zeit**, die ich gerade jetzt nicht habe.

Ja, das stimmt.

Du wirst Arbeit und Zeit investieren müssen.

Aber: Dein Kommunikationskonzept wird dir in Zukunft viel Arbeit, Zeit und Ärger ersparen, weil

- ✓ dir klar werden wird, welche **Ziele** du konkret formulieren möchtest und was du realistisch umsetzen kannst,
- ✓ du **Prioritäten** setzen und dich auf das Wesentliche konzentrieren musst
- ✓ du einen **Leitfaden** und Kompass in Händen halten wirst, der dich auf deinen Weg zu deinen Zielen hält,
- ✓ du damit regelmäßig überprüfen kannst, ob es noch der richtige Weg und das richtige Ziel für dich sind (Stichwort **Erfolgs-, Zeit- und Budgetkontrolle**).

Kommunikation mit Hand und Fuß

Wenn dir „Konzept“ zu hochtrabend oder nach zu viel Arbeit klingt, gib dem „Ding“ einfach einen anderen Namen.

Im Endeffekt geht es darum, dass du für dich (schriftlich) festhältst, was du in deiner PR und in deinem Marketing wann, wie und mit welchen Mitteln erreichen willst:

Welches Ziel möchtest du mit deinem Unternehmen und in deiner Kommunikation erreichen? ⁴ Und wie arbeitest du darauf hin?

Anders gefragt: Wie kannst du mit deiner Kommunikation dazu beitragen, diese Marketingziele zu erreichen (beispielsweise deinen Umsatz zu erhöhen) und deine Bekanntheit zu steigern (indem du dir z. B. einen Ruf als Expertin aufbaust)?

Gute PR helfen dir wiederum,

- ✓ am Markt **sichtbar und präsent** zu sein,
- ✓ von möglichen KundInnen kontaktiert zu werden,
- ✓ leichter an Aufträge zu kommen,
- ✓ **höhere Preise** zu erzielen.

⁴ In der Praxis verschwimmen oft Marketing- und Kommunikationsziele. In der Regel sind Unternehmens- und Marketingziele ökonomischer Natur wie etwa Gewinn oder Umsatz. Kommunikationsziele sind psychologische Ziele, mit denen du Kaufverhalten, Einstellungen und Meinungen deiner Zielgruppe beeinflussen oder NeukundInnen gewinnen willst.

Dein Mut zur Lücke

Viele Selbstständige und GründerInnen haben meist zu viele Ideen für Marketing- und PR-Maßnahmen (bzw. glauben, dass sie alles brauchen): angefangen von Visitkarten und Flyer über Website, Newsletter und Blog bis hin zum YouTube-Video oder Podcast. Da ist man schnell frustriert, dass man das nicht alles allein und perfekt schafft.

Du brauchst nicht jede Idee umsetzen. Setz nur das um, mit dem **du deine Zielgruppe erreichst** und du deinem Ziel am effizientesten und effektivsten näherkommst.

Das klingt sehr einfach, ist es aber nicht 😊

Weil:

Wir leben seit dem Internet in einer unübersichtlichen Welt voller Informationen und Kommunikationsmöglichkeiten.

In diesem Kommunikationsdschungel verlieren wir leicht den Überblick und lassen uns nur allzu gerne von Social Media ablenken.

Halte dir daher deine Ziele regelmäßig vor Augen

Am besten du schreibst sie übersichtlich und stichwortartig auf einen A4-Zettel (am Ende dieses Leitfadens ist Platz dafür vorgesehen) und hängst sie über deinen Schreibtisch.

Ziele sind immer SMART

Achte darauf, dass du deine Ziele immer SMART formulierst:

- ☞ **Spezifisch:** Benenne das Ziel ganz konkret.
- ☞ **Messbar:** Du legst fest, wie du die Zielerreichung messen kannst.
- ☞ **Attraktiv:** Du stehst voll und ganz hinter deinen Zielen.
- ☞ **Realistisch:** Du kannst die Zielerreichung mit deinem Verhalten beeinflussen.
- ☞ **Terminisiert:** Du bestimmst den Termin, bis wann du das Ziel erreichen möchtest.

Arbeite zielgerichtet

Halte den Fokus auf deine Ziele – „zerspragle“⁵ dich nicht. **Konzentriere dich auf eine Sache.** Setze eine Aufgabe nach der anderen um. Identifiziere deine Zeitfresser und schalte sie weitgehend aus.

Fokushalten verlangt Selbstdisziplin und das kann manchmal ganz schön anstrengend sein! – Aber wir schaffen das! 😊

Komm ins Tun

Die besten Zeitpläne helfen dir nichts, wenn du nicht ins Tun kommst und Sachen nicht abschließt.

Wenn du z. B. einen Blogartikel schreibst, aber nicht und nicht onlinestellst, weil du ihn immer wieder sprachlich verfeinerst und weiter perfektionierst. (Tja, da spreche ich aus eigener Erfahrung ... 😊)

Schalte ab und zu deinen Perfektionismus aus. Trau dich über gewissen (neue) Dinge einfach drüber - besser heute als morgen.

⁵ ostösterreichischer Ausdruck für „zur gleichen Zeit an verschiedenen Stellen sein“

Du brauchst nicht alles selbst zu machen

Delegiere – wenn möglich – was du nicht so gut kannst und dir keinen Spaß macht. Du brauchst die Zeit für dein Kerngeschäft und deine wahre Leidenschaft, mit der du Geld verdienen kannst.

Überprüfe regelmäßig deine Strategie und Ziele

Nimm dir Zeit z. B. im Sommer, beim Jahreswechsel oder in einer für dich ruhigen Phase, um deine Strategie und Ziele zu hinterfragen und zu aktualisieren.

Hier noch ein Beispiel aus meiner Praxis

Ein Kommunikationsziel kann sein:

☞ „Ich möchte als Gesundheitstrainerin bis Ende des Jahres im Bezirk als auch bei meiner Zielgruppe im Internet bekannt werden.“⁶

Das kannst du durch folgende Maßnahmen erreichen:

- „Ich möchte bis Ende des Jahres anlässlich der Eröffnung meines Fitness-Studios einen Bericht in der Bezirkszeitung sowie zwei Gastbeiträge auf Gesundheit- und Mama-Blogs veröffentlichen - damit LeserInnen auf meine Website kommen und mich kontaktieren.“
- „Ich möchte mich in den nächsten zwei Jahren als Expertin für Rückenbeschwerden positionieren: Dafür drehe ich Youtube-Videos, so dass mich meine WunschkundInnen anrufen, wenn sie ein entsprechendes Problem haben.“
- „Meine WunschkundInnen sollen mich übers Internet finden: Ich möchte bei der Google-Suche unter die Top 3, auf Seite 1 beim Keyword ‚Was tun bei Rückenbeschwerden?‘ kommen.“

Nun bist du dran!

Was sind deine Kommunikationsziele?

Auf der nächsten Seite kannst du diese in einem Arbeitsblatt  definieren und beschreiben.

⁶ Das Steigern der Bekanntheit und die Verbesserung von Image sind gar nicht so leicht zu definieren und zu messen. Wie du dir behelfen kannst, erfährst du in Schritt 9) So misst du deinen PR-Erfolg.

Deine Meinung

Bravo! Du hast nun den PR-Leitfaden bis zum Ende durchgearbeitet und hast hoffentlich einen guten Einblick sowie eine gute Basis für deine Kommunikation und Pressearbeit bekommen.

Kannst du mir bitte Feedback zu dieser ersten Auflage des PR-Leitfadens geben?

- ♥ Wie hat dir das E-Book gefallen?
- ♥ Fehlt dir ein wichtiges Thema?
- ♥ Wo würdest du gerne mehr wissen?

Ich freue mich über deine Meinung: Schick mir eine E-Mail an eva@zurgutenPR.at

Danke!



Als Kommunikations-Schatzsucherin, Textglück-Bringerin und Medien-Sesam-Öffnerin bringe ich dich zur guten PR ...

- ♥ ... mit kluger PR-Beratung,
- ♥ ... ansprechenden Texten und
- ♥ ... effizienter Pressearbeit.

Wenn du mehr über mich erfahren möchtest oder an einer Zusammenarbeit interessiert bist: www.zurgutenPR.at

Das Werk, einschließlich seiner Teile wie Bilder, Grafiken, Symbole und Texte ist urheberrechtlich geschützt. Jede Verwertung ist ohne meine Zustimmung unzulässig. Dies gilt insbesondere für die elektronische oder sonstige Vervielfältigung, Übersetzung, Verbreitung und öffentliche Zugänglichmachung. Bei Fragen wende dich bitte per E-Mail an eva@zurgutenpr.at

Ich übernehme keinerlei Gewähr für die Aktualität, Richtigkeit und Vollständigkeit der bereitgestellten Informationen. Haftungsansprüche gegen mich, welche sich auf Schäden materieller, ideeller oder gesundheitlicher Art beziehen, die durch die Nutzung oder Nichtnutzung der dargebotenen Informationen bzw. durch die Nutzung fehlerhafter und unvollständiger Informationen verursacht wurden, sind grundsätzlich ausgeschlossen, sofern von meiner Seite kein nachweislich vorsätzliches oder grob fahrlässiges Verschulden vorliegt. Der Umwelt zuliebe ist dieses E-Book druckfreundlich gestaltet.