



Pressearbeit leicht gemacht: Praxistag für den Mittelstand

Zielgruppe

Inhaber/innen, Führungskräfte und Mitarbeiter/innen kleiner und mittelständischer Unternehmen sowie Freiberufler, die sich mit dem Praxistag einen Überblick über die eigenen Möglichkeiten zur Umsetzung ihrer Pressearbeit verschaffen wollen.

Ziel

Das Internet hat die Pressearbeit nachhaltig verändert. In diesem Seminar erhalten Sie einen Überblick über die Rolle der Pressemitteilung im modernen Marketing-Mix und ihre Einsatzmöglichkeiten in den Bereichen der klassischen Pressearbeit, der Online-PR und für die Suchmaschinenoptimierung (SEO). Erreichen Sie hohe Reichweiten für Ihre Pressethemen und setzen Sie Spuren im Web.

Im Praxisteil können Sie Ihr erlerntes Wissen anwenden und eigene Themen auf Basis Ihres PR-Konzepts erarbeiten, eine Pressemitteilung nach journalistischen Kriterien schreiben und diese für den Einsatz in der Online-PR und für Suchmaschinen strukturell optimieren. Im zweiten Schritt erstellen Sie Ihr eigenes digitales Pressefach, in dem Sie die erarbeitete Pressemitteilung einstellen können.

Mit den Seminarunterlagen, den ausführlichen Checklisten und dem erlernten Handwerkszeug zur journalistischen Gestaltung von Pressemitteilungen können Sie die Basis Ihrer Pressearbeit auch mit einem kleinen Budget selber umsetzen und Pressemitteilungen reichweitenstark platzieren.

"Die Verzahnung der klassischen Pressearbeit mit der Online-PR entscheidet heute über die Reichweite von Pressemitteilungen und darüber, ob Unternehmen, Selbstständige und Freiberufler sich mit ihren Themen nachhaltig platzieren können."

Programm / Inhalt

Teil I: Grundlagen / Vorgehensweise

- Einführung in die Pressearbeit in Zeiten von Web 2.0
- Zielgruppen der Pressearbeit: Journalisten, Kunden und Suchmaschinen
- Presseverteiler: Publikumszeitschriften, Fachmedien, Online-Medien
- Unterschiede zwischen klassischer Pressemitteilung versus Kundenmitteilung
- Das PR-Konzept im Marketing-Mix
- Themen für die Pressemitteilung
- Aufbau einer Pressemitteilung nach journalistischen Kriterien
- Die multifunktionale Rolle der Pressemitteilung im Web
- Suchmaschinenoptimierung (SEO)
- Spuren im Web: Keywords und Backlinks
- Die Rolle von YouTube, Facebook und Twitter in der Pressearbeit
- Die Social-Media-Pressemitteilung
- Übersicht: Presseportale in der Online-Pressearbeit
- Das digitale Pressefach
- Erfolgskontrolle der Pressearbeit
- Medienanalysetools
- Online-Monitoring
- Budgetplanung

Teil II: Übungen / Methoden

- Trainer-Input
- Besprechung von Praxisbeispielen
- Vorstellung von Checklisten, Presseverteilern, Tipps und Tricks
- Gruppenarbeit zur Themenfindung von Pressethemen und Keywords
- Erarbeitung einer Pressemitteilung nach journalistischen Gestaltungsregeln
- Erstellung eigener Presseverteiler
- Moderierter Erfahrungsaustausch und Plenumsdiskussion
- jedem Teilnehmer steht in den Praxisblöcken ein Rechner mit Internetzugang zur Verfügung, der für Recherchen und für das Erstellen des eigenen digitalen Pressefachs und das Einstellen der eigenen Pressemitteilung genutzt werden kann

Bitte USB-Stick mit Pressefotos und Firmenlogo (JPG) mitbringen.