



O.O.PR: OnBlock-Online-PR versus Online PR



30.01.2012, 11:16 Uhr, Finanzen & Wirtschaft

Werbetherapie für alle Branchen

Welche Unternehmen können von der neuen "Werbetherapie" ; Budgets, sondern der Ideen. Davon ist der Werbetherapeut Alois Gmeiner ht Aber Gmeiner verlangt von seinen Klienten Blut, Schweiß und Tränen. Von W No-Budget-Marketing ...

Jan 07 Schere im Kopf? DER WERBETHERAPEUT Brainstorming schnell und wirksam
Allgemein

Neues Kreativ Coaching für Freeluffer mit Potential

(NL/1443342742) DER WERBETHERAPEUT hilft kleinen und mittleren Untn mit einfachen Mitteln neue Kunden zu gewinnen. Beim Speedcoaching verli keine Zeit, als erfahrener Werbeberater liefert er seine Anaysen sofort, zeigt auf und kennt die Lösungen. Wer keine Zeit verlieren möchte, kann sich noc Webseite <http://www.werbetherapeuti.com> völlig kostenlos von den kreativer Werbeberaters inspirieren lassen.

Als echter Werbeprofı kennt Alois Gmeiner die vielen kleinen Tricks, mit den Freeluffer und Unternehmer ohne großen Aufwand und völlig kostenlos ne erschließen können. Dabei erfindet er die Welt der Werbung nicht neu, er üt nicht die Grenzen des guten Geschmacks, er hinterfragt lediglich alte eingel und deckt ihre Schwachstellen gnädenlos auf. Hinter dem Konzept des Krea

09.03.12 - Der Werbetherapeut

Text verkauft. Hübsche Bildchen und nackte Frauen - nicht

Wie schriftliche Kommunikation "verkauft", erleben Unternehmer täglich Werbetherapeut und Coachingexperte Alois Gmeiner [werbetherapeut.com](http://www.werbetherapeut.com) ist ein ungewöhnlicher Werbemann. Denn er vertritt Thesen, die nicht alle in der Werbebranche teilen. Heute... mehr >



www.werbetherapeut.com
ebook edition



O.O.PR: OnBlock-Online-PR versus Online PR

(Alois Gmeiner)

Ganz unter uns, Pressearbeit zahlt sich wirklich aus!

Sie müssen allerdings einiges an Gehirnschmalz und Schweiß investieren. Denn hier haben Sie tatsächlich ein echtes NO Budget Marketing Tool vor sich. Mit einer interessanten Idee und einfach einem Presstext schaffen Sie es zu Sat 1, Kerner, Jauch´s Stern TV, oder RTL Explosiv, oder auch in einen Regionalsender oder in die BILD oder in den SPIEGEL! Alles kein Problem, auch für einen Kleinunternehmer – wenn die „Story“ stimmt. Und daher höre ich niemals auf, gute Ideen von den Teilnehmern meiner PR-Seminare zu fordern.

Ich poche daher vehement auf kreative und ungewöhnliche Ideen in der Pressearbeit!

Nein, noch schlimmer – ich sehe absolut keine Alternative dazu! Weil es anders kaum möglich ist, schnell und effektiv in die Presse zu kommen. Weil wir in einer extrem schnelllebigen Zeit leben, in der ein normaler Journalist tagtäglich über 300 Meldungen auf seinem Schreibtisch oder am Computer vorfindet und knallhart auswählen muss. Ich muss mit meiner Story also zu allererst „fesseln“ und „auffallen“.

Sonst bin ich unweigerlich weg vom Fenster – da helfen dann auch keine nachträglichen Telefonate mehr oder die so oft beschworenen „guten Kontakte“ zur Presse.

Eine kurze Aufstellung macht klar, warum Auffallen notwendig ist:

Pro Tag werden im gesamten deutschen Sprachraum
ca. 8.000 Pressemeldungen
jeglicher Art versandt.
Von diesen 8.000 Meldungen, schaffen es
gerade einmal 50 – 100 Meldungen
in die Medien.
Der Rest bleibt auf der Strecke.

**Genau darum propagiere ich ONLINE PR.
Am besten O.O.PR!**

Denn auch wenn Sie mit Ihrer Pressemeldung nicht unmittelbar in die Medien kommen – werden Sie „bemerkt“ und können damit Ihre gestellte Aufgabe ÖFFENTLICHKEITSARBEIT dennoch erfüllen!

Mein Motto, das Eingang in jedes meiner Bücher gefunden hat:

ANDERS ALS DIE ANDEREN!

Dies gilt sowohl für Werbung – als auch für PR!

Mehr als diese kurze Einführung über das Thema PR gibt es in meinem Buch:

**Der Königsweg für Low Budget Öffentlichkeitsarbeit:
ONLINE PR**
(bestellbar bei [Amazon](https://www.amazon.de))



Unterschiede ONLINE-PR und O.O.PR

Sie werden O.O.PR derzeit in keinem anderen PR-, Werbe- oder Marketingfachbuch finden. Und gerade bereite ich einen Vortrag für die Universität Wien vor, in dem ich dieses neue Konzept der Online-PR den Studierenden vorstellen möchte. Es ist nichts weniger als ein Paradigmenwechsel in der Pressearbeit.

Denn im Gegensatz zur bisherigen PR-Arbeit (bei der man immer nur dann eine Presseausendung machte, wenn es über eine aktuelle Neuheit im Unternehmen zu berichten gab), kann bei der „OnBlock Online-PR“ zu jeder Zeit ein Presstext verfasst und ausgesandt werden.

Auch Ihre GANZ NORMALEN Produkte und Services können in einem O.O.PR Presstext ausführlicher, interessanter und detaillierter, als in der Werbung beschrieben werden – und zwar abgestimmt auf die jeweilige Saison oder Situation. Genau das ist der Unterschied zu klassischer PR oder Online-PR!

O.O.PR benötigt also nicht unbedingt besondere oder außergewöhnliche Ereignisse, sondern nur besondere Texte.

Tipp:

- Schreiben Sie also einen PR-Text zu jedem (!) Ihrer Produkte oder zu allen Dienstleistungen.
- Schreiben Sie einen PR-Text zu jedem (!) Vorteil Ihrer Produkte und Dienstleistungen.
- Schreiben Sie einen PR-Text über jeden (!) neuen Verwender oder jede Kundenreferenz.

Jede einzelne Aussendung wird Ihnen Zugriffe auf der HP, Backlinks, erhöhte Findbarkeit bei Google, neue Interessenten und neue potentielle Kunden bringen – GARANTIERT!

Was sind nun die Unterschiede:

OnBlock-Online-PR-Texte

Die Texte werden „on Block“ – meist immer 5 Stück auf einmal getextet! Die Texte werden abgestimmt auf Saison oder Kundenwünsche! Die Texte betrachten Ihr Unternehmen/Produkte aus interessanten Blickwinkeln. Jedes Produkt kann/soll in einem PR-Text beschrieben werden, unabhängig davon, ob es gerade neu ist, oder schon lange im Sortiment. OnBlock-PR braucht keinen Anlass – sondern liefert Content und Keywords.

Alle Texte enthalten natürlich wie jeder PR-Text:
Headline / SubHeadline / Lead / Nachrichtentext / Daten Fakten

Klassische PR-Texte

Es wird ein einzelner Text zu einer Neuigkeit oder einem Ereignis recherchiert, das gerade in Ihrem Unternehmen aktuell ist. Der Einzeltext enthält einzeln zu diesem Anlassfall recherchierte Zitate / Meinungen / Kommentare / Zahlen / Daten / Fakten. Klassische PR beliefert die aktuelle Tages-, Wochen- oder Monatspresse, Radio und TV. Diese Medien wollen in jedem Fall aktuelle News. Daher muss ein klassischer PR-Text auch möglichst zeitnah zu einem PR-Ereignis verfasst und versandt werden.

Alle Texte enthalten:
Headline / SubHeadline / Lead / Nachrichtentext / Daten Fakten

Themenfindung in der PR

Es gibt heute 2 Möglichkeiten:
TOP-Themen oder OOPR-Themen

Sie haben gerade über das O.O.PR-System gelesen. Nun, dieses System verlangt „nicht“ nach einer ungewöhnlichen Story, verlangt „nicht“ nach Sensationen, verlangt „nicht“ nach Action, sondern einfach nach einer guten Erklärung zu Ihren alltäglichen Produkten und Dienstleistungen. Sie werden damit wahrscheinlich nicht in die Medien kommen, aber GARANTIERTE Ihre Leser erreichen und vor allem ihre potentiellen Kunden erreichen. Denn O.O.PR vertraut auf die Suchmaschine Google und all die vielen Menschen, die damit auf der Suche nach einer Problemlösung sind und durch Keywords auf unsere Presstexte kommen, die genau das bieten sollen: Erklärungen zu einem Problem oder zu einem Produkt.

Im Gegensatz dazu müssen PR-Aktionen oder PR-Texte, mit denen ich tatsächlich in die großen Printmedien oder ins Radio oder gar ins TV will, vor allem eines sein – EINE ECHT COOLE STORY!

Ich habe in den vielen Fachbüchern, die ich als Recherche zu diesem Buch gelesen habe, in keinem einzigen wirkliche Hilfestellung für die Ideengenerierung für PR Themen gefunden. Noch schlimmer, in kaum einem Buch steht überhaupt etwas über das Thema, welche Ideen einen in die Medien bringen. Die Erklärung ist denkbar einfach. Wie bereits erwähnt, werden die meisten PR Fachbücher von renommierten Fachleuten geschrieben, die entweder in großen PR Agenturen oder als PR Manager in großen Betrieben arbeiten. In jedem Fall geht es bei diesen Firmen nie um das Problem, überhaupt Presse zu bekommen.

Denn: PR wurde bis vor wenigen Jahren hauptsächlich von Großbetrieben professionell betrieben. Und Großbetriebe haben gänzlich andere Probleme (aber auch eklatante Vorteile) als Klein- und Mittelbetriebe. Denn ein Großbetrieb ist auch für ein Medium und seine Leser – relevant.

Und genau das ist der Unterschied zwischen Kleinbetrieb und Großbetrieb. Der eine ist schon alleine für sich genommen „ein Thema und eine Story“ für die Zeitung. Der andere muss sich erst inszenieren, bzw. sich den Journalisten erst einmal – in eine gute Story verpackt – offensiv anbieten.

IDEEN UND GUTE STORIES SIND DAS WICHTIGSTE IN DER PR

Sie kommen nicht in die Zeitung, weil Sie bestimmte formale Richtlinien für Pressemitteilungen einhalten, sondern weil Sie oder Ihr Unternehmen etwas Interessantes zu erzählen oder zu präsentieren haben.

Das ist es – das ist das Geheimnis.
Lassen Sie sich nichts anderes erzählen.

PR KERNTHEMEN

Unter Kernthemen verstehe ich jene Themen, die offensichtlich und klar im Unternehmen anstehen. Man muss nicht kreativ sein, um solche Themen als Anlass für Unternehmens PR heran zu ziehen. Dennoch bemerke ich immer wieder, dass solche nahe liegenden Gründe für PR nicht genutzt werden. Also, nehmen Sie sich Zeit für eine kurze (oder längere) Auflistung aller Themen, die in diesem Jahr oder in den nächsten Monaten auf Sie zukommen. Sei es nun eine Messebeteiligung oder die Bilanzveröffentlichung Ihres Unternehmens oder neue Büroräumlichkeiten oder neue Mitarbeiter.

Natürlich gilt auch hier wieder, dass Großbetriebe es bedeutend leichter haben, Berichte über ihre Bilanzzahlen oder neue Fabriksbauten in die Presse zu bringen, als ein kleineres Unternehmen. Wenn Sie jedoch an Ihre „lokalen“ Medien herantreten, bedenken Sie, was für diese Medien interessant ist – lokale Neuigkeiten, also auch eine Neuheit über einen Betrieb oder Handwerker aus der Umgebung. Dann ist schon eine Geschäftsneueröffnung eine Sache, über die gerne berichtet wird.

Die KERNTHEMEN, die in jedem Unternehmen zu finden sind:

- Bilanzen / Neuerwerbungen / Aktiengang / Reorganisation
- Neue Verkaufs- oder Büroräume / Neubauten
- Personalia / Geschäftsführer / neue Ausbildungsplätze
- Auszeichnungen / Gute Bewertung von Stiftung Warentest
- Sponsoringaktivitäten / Charityaktionen
- Exporterfolge / Verkaufserfolge
- Lizenzvergaben / Patentanmeldungen
- Messeteilnahme / Kongresse / Publikationen
- Neue Produkte / neue Services / Kooperationen
- Relaunch der Homepage
- bestimmte Jahrestage / Jubiläen / Feiern

Denken Sie aber auch hier an den Leitspruch:

DIE ZEITUNGEN SCHREIBEN WAS FÜR IHRE LESER INTERESSANT IST

Stichtage für PR-Themen

Die folgende Auflistung soll Ihnen als Hilfestellung und Ideenpool für ihre PR-Arbeit dienen. Denn die Presse ist ständig auf der Suche nach Themen. Und das Beste daran – diese Themen kommen jedes Jahr und immer wieder. Ob es sich nun um große Feiertage wie Weihnachten oder Ostern handelt – Beginn und Ende von Jahreszeiten und Saisonen oder um große Sportveranstaltungen wie Bundesliga, Super Bowle, Formel 1, Hahnenkammrennen oder die Vierschanzen Tournee. Über das alles „müssen“ die Journalisten berichten, Jahr für Jahr. Und natürlich sind Journalisten rund um diese Ereignisse auf der Suche nach „Storys“. Guten Storys! Wenn Sie dazu eine zündende Idee beisteuern – Bingo, dann haben Sie schon so gut wie gewonnen.

Die folgende Liste ist zwar lang – aber noch lange nicht vollständig. Denn auch die lokalen Ereignisse aus Ihrer Region sind wichtig für die regionale Presse! Und es sind natürlich auch nicht aktuelle weltweite sportliche, politische, wissenschaftliche oder geschichtliche Ereignisse in dieser Liste vertreten. Hören sie sich einach um – lesen Sie ab sofort ihre tägliche Zeitung aufmerksamer und mit einem offenen Auge für mögliche PR-Aktionen und kommende Termine, die Sie für sich nutzen könnten.

Wichtig:
JE UNGEWÖHNLICHER IHRE IDEE - DESTO BESSER
wird ihre PR-ERFOLG!

Datum der Aktion:	Ende der Aktion:	Thema oder Aktionstag
01.01.20XX	31.01.20XX	Winterfreuden
01.01.20XX	31.01.20XX	Kältezeit
01.01.20XX	31.01.20XX	Energie sparen / Energie-Einsparverordnung tritt in Kraft
01.01.20XX	31.01.20XX	Gut zu wissen im Januar
01.01.20XX	31.01.20XX	Neujahr/Jahresbeginn
06.01.20XX		Heilige Drei Könige
31.01.20XX	05.02.20XX	Karneval/Fasching
01.02.20XX	29.02.20XX	Freude schenken - an Ostern denken
01.02.20XX	29.02.20XX	Gut zu wissen im Februar
01.02.20XX	29.02.20XX	Kein Geld verschenken: Lohn- und Einkommensteuererklärung
01.02.20XX	29.02.20XX	Wohnen und Leben im Alter
01.02.20XX	29.02.20XX	Öko-Trends
04.02.20XX		Weltkrebstag
XX.02.20XX	12.02.20XX	Lifestyle und Trends 20XX: Ambiente
13.02.20XX		Singles Tag Europa
14.02.20XX		Valentinstag
29.02.20XX		Schalhtag
01.03.20XX	31.03.20XX	Krebsvorsorge / Darmkrebssmonat März
01.03.20XX	31.03.20XX	Gut zu wissen im März
01.03.20XX	31.03.20XX	Autofrühling
01.03.20XX	31.03.20XX	Winter ade! Frühjahrsputz und -renovierung
01.03.20XX	31.03.20XX	Reisen zur Osterzeit
01.03.20XX	31.03.20XX	Urlaubsplanung: ITB - Intern. Touristik Börse

01.03.20XX	31.03.20XX	Balkon und Garten frühlingsfit
01.03.20XX	31.03.20XX	Start in die Zweiradsaison
01.03.20XX	31.03.20XX	Beginn des Sommersemesters
01.03.20XX	31.03.20XX	Outdoor Saison
01.03.20XX	31.03.20XX	Frühlingsgefühle
01.03.20XX	31.03.20XX	Kommunion / Konfirmation
04.03.20XX	09.03.20XX	CeBIT Hannover
XX.03.20XX		Internationaler Frauentag
13.03.20XX	16.03.20XX	Leipziger Buchmesse
15.03.20XX		Europäischer Tag des Verbrauchers
15.03.20XX		Tag der Rückengesundheit
20.03.20XX		Frühlingsanfang
21.03.20XX	24.03.20XX	Ostern
21.03.20XX		Welttag des Waldes
21.03.20XX		Welttag der Hauswirtschaft
22.03.20XX		Weltwassertag
23.03.20XX		Welttag der Meteorologie (Weltwettertag)
30.03.20XX		Zeitumstellung Sommerzeit
01.04.20XX	30.04.20XX	Open Air: Cabrio und Motorrad
01.04.20XX	30.04.20XX	Reise im Frühling
01.04.20XX	30.04.20XX	Gut zu wissen im April
01.04.20XX	30.04.20XX	Funnsport im kommenden Sommer: FIBO Essen
01.04.20XX	30.04.20XX	Frühlingszeit, Blütezeit
02.04.20XX		Tag der älteren Generation
07.04.20XX		Weltgesundheitstag
16.04.20XX		Tag gegen den Lärm
19.04.20XX		Rollladen- und Sonnenschutztag
19.04.20XX		Deutscher Venentag
22.04.20XX		Tag der Erde
23.04.20XX		Tag des Deutschen Bieres
23.04.20XX		Welttag des Buches
25.04.20XX		Internationaler Tag des Baumes
25.04.20XX		Deutscher Heizenergiespartag
26.04.20XX		Deutscher Allergie- und Asthmatag
29.04.20XX		Internationaler Tag des Tanzes
01.05.20XX		Tag der Arbeit
01.05.20XX	31.05.20XX	Grillsaison
01.05.20XX	31.05.20XX	Heiraten im Wonnemonat
01.05.20XX	31.05.20XX	Alles neu macht der Mai
01.05.20XX	31.05.20XX	Gut zu wissen im Mai
01.05.20XX	31.05.20XX	Beginn Freibadsaison
01.05.20XX	31.05.20XX	Junges Gemüse: Spargel & Co.
01.05.20XX	31.05.20XX	Reise in der Pfingstzeit
04.05.20XX		Weltlachttag
05.05.20XX		Tag der Haut
11.05.20XX		Muttertag
12.05.20XX		Internationaler Tag der Pflege
15.05.20XX		Internationaler Tag der Familie
17.05.20XX		Geburtstag Sebastian Kneipp (1821-1897)
17.05.20XX		Tag des Fensters / 17.+18.05.20XX
18.05.20XX		Internationaler Museumstag
31.05.20XX		Weltnichtrauchertag
31.05.20XX		Abgabetermin Steuererklärung

01.06.20XX	30.06.20XX	Ab in den Sommerurlaub
01.06.20XX	30.06.20XX	Urlaubsgeld
01.06.20XX		Weltmilchtag
01.06.20XX	30.06.20XX	Gut zu wissen im Juni
01.06.20XX	30.06.20XX	Wohlfühlen im Sommer
05.06.20XX		Weltumwelttag
06.06.20XX		Sehbehindertentag
07.06.20XX	29.06.20XX	Fußball Europameisterschaft Österreich/Schweiz
XX.06.20XX		Tag des Gartens
10.06.20XX		Kindersicherheitstag
12.06.20XX		Tag der Apotheke
21.06.20XX		Lebensmittel-Allergietag
21.06.20XX		Tag der Verkehrssicherheit
21.06.20XX		Sommeranfang
25.06.20XX		Tag des Fußes
26.06.20XX		Deutscher Wandertag / 26.-30.06.20XX
27.06.20XX		Siebenschläfer
27.06.20XX		Tag des Cholesterins
28.06.20XX		Tag der Architektur / 28.+29.06.20XX
01.07.20XX	31.07.20XX	Sommer, Sonne, me(e)hr...
01.07.20XX	31.07.20XX	Wohntrends im Sommer
01.07.20XX	31.07.20XX	Gut zu wissen im Juli
01.07.20XX	31.07.20XX	Gartenparty
06.07.20XX		Tag des Kusses
01.XX.20XX	31.XX.20XX	Themen für das Sommerloch
01.XX.20XX	31.XX.20XX	Gesund und fit im Sommer
01.XX.20XX	31.XX.20XX	Jetzt planen: Aktiv im Herbst!
01.XX.20XX	31.XX.20XX	Schulanfang
12.XX.20XX		Internationaler Tag der Jugend
13.XX.20XX		Weltlinkshändertag
30.XX.20XX	07.09.20XX	Caravan Salon Düsseldorf
01.09.20XX	30.09.20XX	Weinlese/Weinfeste
01.09.20XX	30.09.20XX	Gut zu wissen im September
01.09.20XX	30.09.20XX	Berufseinstieg
01.09.20XX	30.09.20XX	Wohn-Stil Herbst/Winter
01.09.20XX	30.09.20XX	Sinnlicher Herbst
05.09.20XX		Deutscher Kopfschmerztag
XX.09.20XX		Weltbildungstag
13.09.20XX		Tag der Küche
13.09.20XX		Internationaler Tag der Ersten Hilfe
14.09.20XX		Tag des offenen Denkmals
20.09.20XX		Weltkindertag
20.09.20XX		Tag der geistigen Fitness
20.09.20XX		Tag des Bades
23.09.20XX		Herbstanfang
25.09.20XX		Tag der Zahngesundheit
26.09.20XX		Tag des Butterbrots
27.09.20XX		Deutscher Lungentag
28.09.20XX		Weltherztag
01.10.20XX	31.10.20XX	Fit und schön im Herbst
01.10.20XX	15.10.20XX	Beginn des Wintersemesters
01.10.20XX	31.10.20XX	Haus und Garten im Herbst
01.10.20XX	31.10.20XX	Goldener Oktober

01.10.20XX	31.10.20XX	Früherkennung nutzen! Brustkrebsmonat Oktober
01.10.20XX	31.10.20XX	Gut zu wissen im Oktober
04.10.20XX		Welttierschutztag
05.10.20XX		Erntedankfest
09.10.20XX		Tag der Sehkraft
10.10.20XX		Welttag der geistigen Gesundheit
12.10.20XX		Weltrheumatag
15.10.20XX	19.10.20XX	Frankfurter Buchmesse
16.10.20XX		Welternährungstag
19.10.20XX	22.10.20XX	Internationale Kocholympiade / Inoga Erfurt
20.10.20XX		Weltosteoporosetag
26.10.20XX		Zeitumstellung Winterzeit
29.10.20XX		Weltpsoriasisstag
31.10.20XX		Halloween
31.10.20XX		Weltspartag
01.11.20XX		Allerheiligen
01.11.20XX	30.11.20XX	Wintersportsaison
01.11.20XX	30.11.20XX	Sicher durch die dunkle Jahreszeit
01.11.20XX	30.11.20XX	Trauermonat November
01.11.20XX	01.11.20XX	Vital im Herbst
01.11.20XX	30.11.20XX	Heizsaison
01.11.20XX	30.11.20XX	Husten, Schnupfen, Heiserkeit
01.11.20XX	30.11.20XX	Geschenkideen für Weihnachten
01.11.20XX	30.11.20XX	Gut zu wissen im November
03.11.20XX		Welttag des Mannes
XX.11.20XX		Darmtag
09.11.20XX		Tag der Erfinder
11.11.20XX		Martinstag
11.11.20XX		Eröffnung Karnevalssaison
14.11.20XX		Weltdiabetestag
19.11.20XX		Welttoilettag
20.11.20XX		Weltkindertag (UNICEF)
20.11.20XX		Deutscher Lebertag
30.11.20XX		Kündigungstermin Kfz-Versicherung
01.12.20XX	31.12.20XX	Weihnachtsgeld
01.12.20XX	31.12.20XX	Wintermärchen
01.12.20XX	24.12.20XX	Advent
01.12.20XX	31.12.20XX	Kassensturz am Jahresende
01.12.20XX	31.12.20XX	Gut zu wissen im Dezember
01.12.20XX	31.12.20XX	Gesund durch den Winter
03.12.20XX		Internationaler Tag der Behinderten
06.12.20XX		Nikolaus
22.12.20XX		Winteranfang
24.12.20XX	26.12.20XX	Weihnachten
31.12.20XX		Silvester
Was wären Ihre Ideen:		

Liste von Online-Nachrichtenplattformen

Über jede dieser Plattformen können Sie Ihre Presstexte versenden. Jede dieser Plattformen ist mit Google verlinkt – daher finden Interessenten und Suchende auch Ihre Meldung bei Google.

ABER: Je größer und wichtiger die Presseplattform, über die Ihre Meldung an die Öffentlichkeit gepostet wird, desto höher ist diese Meldung dann auch bei Google gereiht. Darüber sollte man sich klar sein.

Es gibt grundsätzlich 3 unterschiedliche Formen von Presseplattformen:

- a) die großen Bezahl-PR-Einzelaussendungs-Plattformen
- b) die kleinen GRATIS PR-Einzelaussendungs-Plattformen
- c) die mittleren Bezahl-PR-Sammelaussendungs-Plattformen

a) die beiden Big-Player in Österreich:

www.apa.at
www.presetext.at

Für Presstext gebe ich immer wieder Seminare und Gratis Webinare zum Thema Online-PR. Schauen Sie mal auf den nächsten Termin:
www.presetext.com/workshops/webinar

b) die 10 größten „kleinen“ Gratis-PR-Plattformen
(es gibt mittlerweile Hunderte)

www.openpr.de
www.firmenpresse.de
www.online-artikel.de
www.dailynet.de
www.fair-news.de
www.news4press.com
www.deutschepresse.de
www.prcenter.de
www.presseanzeiger.de
www.trendkraft.de

c) die beiden größten Meta-PR-Portale

www.connektar.de
www.pr-gateway.de

Die Vorteile von Online-PR

PR ARBEIT FRÜHER:

- Wenige Aussendungen und nur an bekannte Medien
- Hohe Wahrscheinlichkeit für 100% Totalverlust
- Hohe Abhängigkeit von Journalisten
- Keine Meinungsbildner wurden informiert
- Keine Kunden wurden informiert
- Keine potentiellen Kunden wurden informiert
- Keine Effekte für Homepage

UND WIE SIEHT ES HEUTE AUS?

Die Erarbeitung der Pressemeldung bleibt gleich, das wird einem auch heute nicht abgenommen.

Der Unterschied beginnt jedoch bei der Aussendung der PR-Meldung selbst. Und hier hilft uns das Internet. Denn während Sie früher eine Pressemeldung per Post an nur sehr wenige Journalisten versandt haben, wird heute eine Pressemeldung über eine Nachrichtenplattform per Internet verschickt. Und das ist der entscheidende Unterschied. Die Aussendung geht an Hunderte Journalisten und Medien und – genauso wichtig – an Tausende Abonnenten und damit an potentielle Kunden und Meinungsbildner.

Damit nicht genug. Die Meldung wird auch nicht nur verschickt, sondern wird auch online gespeichert und ist damit für die Recherche von Interessierten und Journalisten jederzeit zugänglich.

Und noch ein besonderer Vorteil: Der PR-Artikel wird automatisch mit den großen Suchmaschinen verlinkt und damit wird unser PR-Artikel für lange Zeit im Internet auffindbar. Ein entscheidender Vorteil, wenn man heute im Internet eine Homepage betreibt. Findbar sein, unter den Millionen von unterschiedlichen Homepages, die sich im Internet gegenseitig konkurrenzieren.

Kurz gesagt: Auch wenn kein einziges Medium über uns schreibt und unseren Artikel abdruckt, werden wir trotzdem „bemerkt“. Und genau das macht den Unterschied aus – und macht es so effektiv in Online-PR zu investieren. Ganz abgesehen davon, dass bei einer guten Story immer und jederzeit auch die Print- und Elektronische Presse den Artikel übernehmen kann – und wird!

Ach ja, noch einen Vorteil von Online-PR haben wir noch gar nicht erwähnt. Früher konnte die Öffentlichkeit einen Presstext nur und ausschließlich „aus zweiter Hand“ lesen. Also erst, nachdem ein Redakteur unseren, an das Medium gesandten Text „überarbeitet“ zum Abdruck freigegeben hatte. Heute steht der Originaltext ständig online zur Verfügung. Fehlinterpretationen oder Falschmeldungen können so, sehr einfach, nachgewiesen oder aufgezeigt werden.

Die Vorteile von ONLINE PR auf einen Blick:

- 1.) ONLINE PR bringt viel und kostet wenig.
- 2.) ONLINE PR kostet wenig Zeit / wenig Aufwand
- 3.) ONLINE PR kann jedes Unternehmen nutzen
- 4.) durch ONLINE PR werden Sie im Internet gefunden
- 5.) durch ONLINE PR steigert sich das Ranking bei Google
- 6.) durch ONLINE PR ist man immer im Internet findbar
- 7.) Journalisten recherchieren heute ONLINE
- 8.) ONLINE PR bringt Öffentlichkeit auch ohne Presse
- 9.) ONLINE PR informiert auch eigene Kunden
- 10.) ONLINE PR informiert auch potentielle Kunden
- 11.) ONLINE PR informiert auch Meinungsbildner
- 12.) ONLINE PR bietet viele Web 2.0 Möglichkeiten
- 13.) ONLINE PR steigert GARANTIIERT die Zugriffe auf Ihre Homepage
- 14.) ONLINE PR bietet Möglichkeiten für Keyword Suche
- 15.) ONLINE PR ist Text & Bild & Ton & Video
- 16.) ONLINE PR steigert Downloads

GRATIS

**ONLINE-WERBE-
UND PR-CHECK DES WERBETHERAPEUTEN**
unter:

<http://www.werbetherapeut.com/gratis-werbecheck>

**Der Werbetherapeut beantwortet Ihre Fragen "persönlich" und gibt
"individuelle" Tipps zu Marketing, Werbung PR**

**3 Minuten für
MEHR UMSATZ
NEUE KUNDEN
HÖHERE BEKANNTHEIT**

Sie werden staunen, was mit Low-Budget möglich ist!!!!

Machen Sie den Test - GLEICH JETZT

<http://www.werbetherapeut.com/gratis-werbecheck>