

Mit Events und PR neue Kunden gewinnen

Augustin Mettler
Primeur, Seefeldstrasse 81, 8008 Zürich

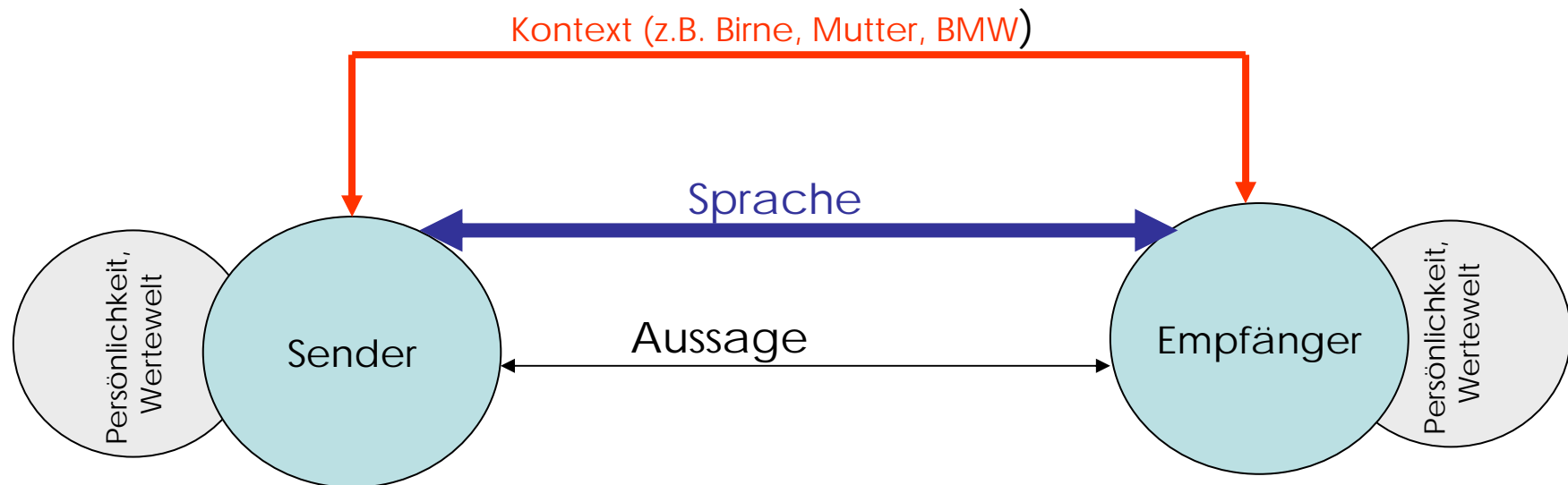
Grundsätzliches zu PR

„Man kann nicht, nicht kommunizieren.“

Grundsätzliches zu PR

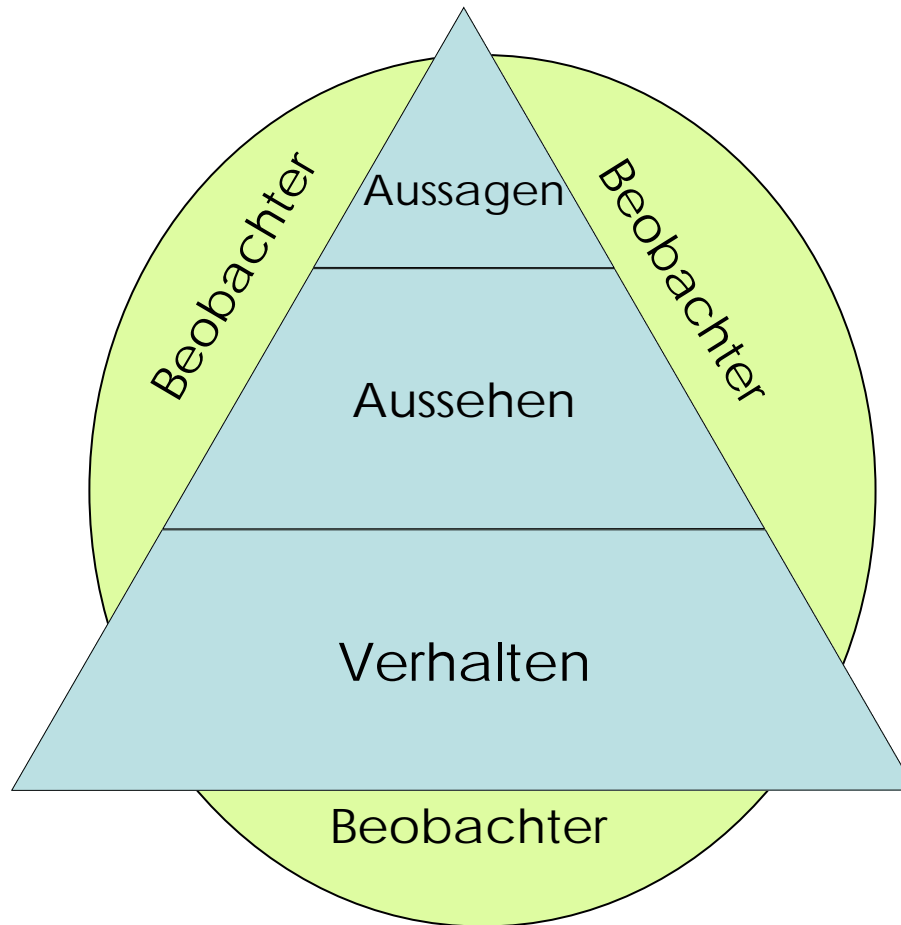
Die PR-Arbeit beschäftigt sich zu einem grossen Teil mit der Aufbereitung von Mitteilungen in Informationen.

Informationsprozesse: Verständlichmachung, was gemeint ist.



Grundsätzliches zu PR

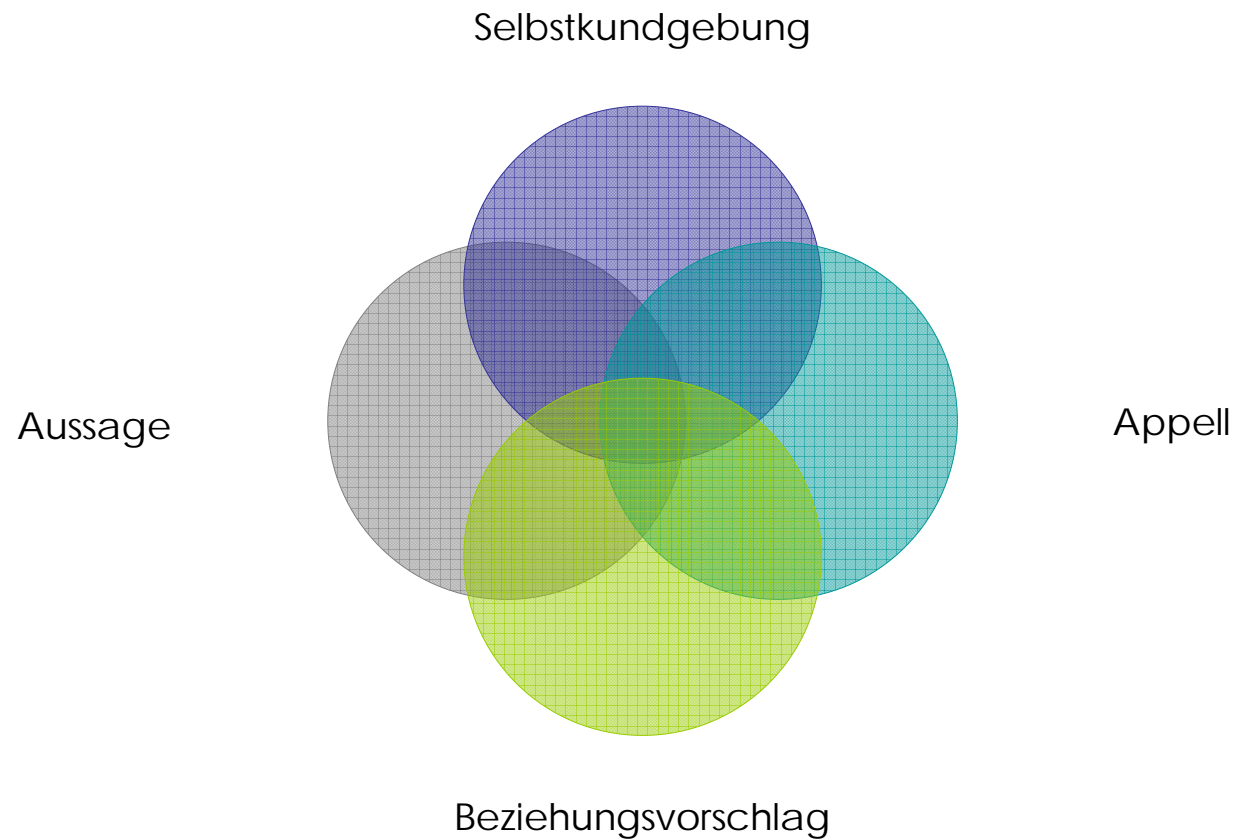
Verbale und nonverbale Kommunikation



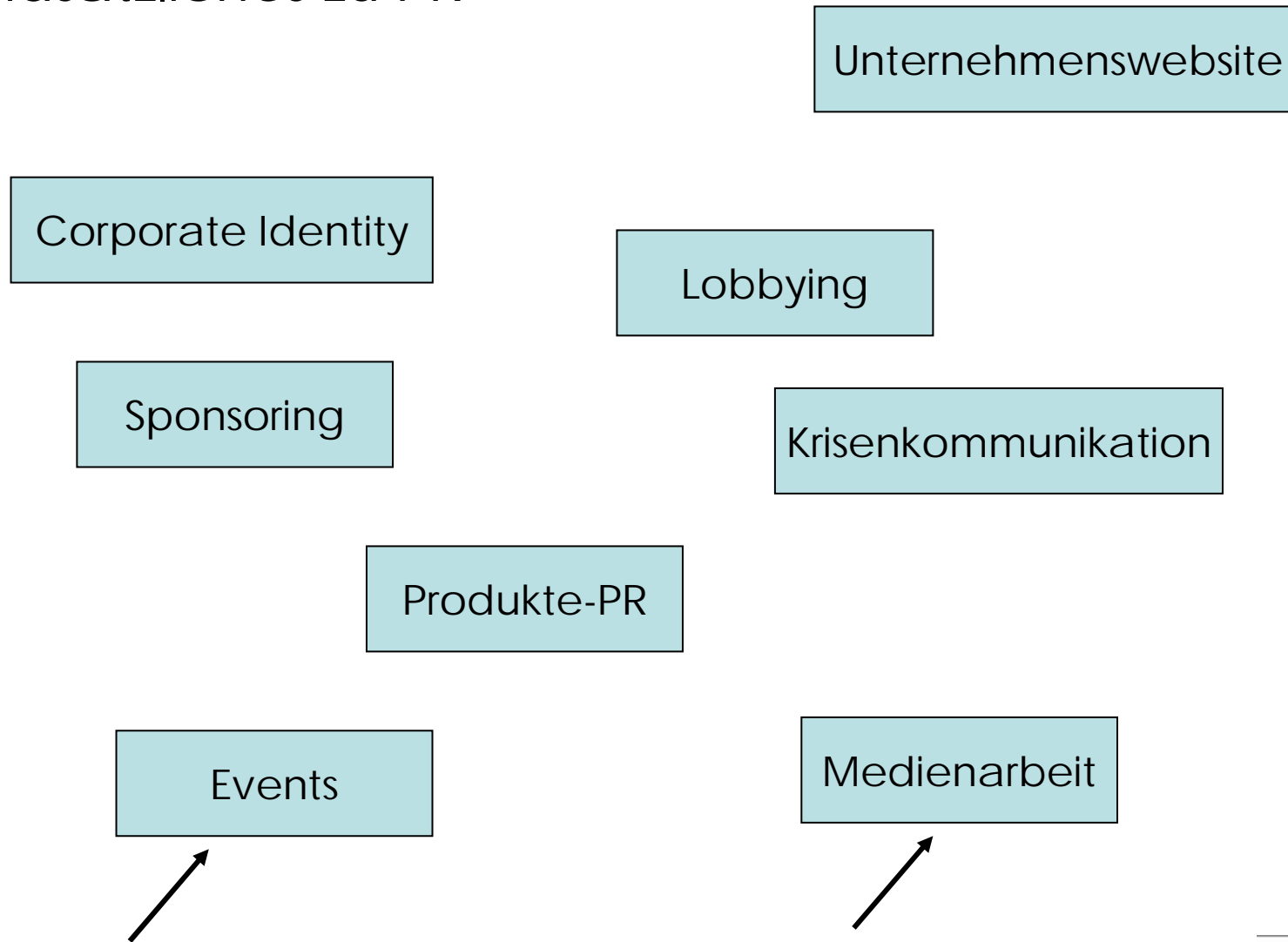
Jeder Beobachter hat einen anderen Informationsstatus

Grundsätzliches zu PR

Information ist das, was der Empfänger mit einer Mitteilung macht.



Grundsätzliches zu PR



Kommunikationskonzept

Was ist ein Konzept?

- Ein methodisches Modell zur Problemlösung
- Ein Leitfaden bei der Abwicklung der praktischen Problemlösung
- Ein Informationselement für Mitbetroffene

Wieso ein Konzept?

- Vorstellen der Wirklichkeit
- Zielgerichtete Veränderungsprozesse in Gedanken durchspielen
- In Gedanken die nötigen Massnahmen und Mittel auf dem Weg zum Ziel durchdenken
- Aus Fehlern lernen

Kommunikationskonzept

Mehrstufiges Vorgehen

1. Ausgangslage

- Dokumente
- Personen intern
- Personen extern
- Gesetzesanpassungen
- Bestehende Analysen, Statistiken
- Neue Marktverhältnisse
- Persönliche Beobachtungen
- Trends
- Situation des Unternehmens
- Kundengruppen
- Welche Massnahmen wurden bereits umgesetzt

Kommunikationskonzept

2. Situationsanalyse

- Stärken/Schwächen
- Chancen/Gefahren
- Probleme
- Selbstbild/Fremdbild

Kommunikationskonzept

3. Ziele

- Grundlagen für Kommunikation schaffen
- Dialog mit der Zielgruppe
- Verständnis/Vertrauen
- Bekanntheitsgrad
- Image
- Medienpräsenz
- Erhöhung der Identifikation mit dem Unternehmen
- Begeisterte Kunden
- Absatzerfolge

Ziele sollen, mit dem Unternehmen übereinstimmen, realisierbar sein, möglichst präzise sein, intern akzeptierbar sein, Kontinuität widerspiegeln, schriftlich fixiert sein, laufend überprüft und nötigenfalls adaptiert werden.

Kommunikationskonzept

4. Zielgruppen

- Markt (Kunden und potentielle Kunden)
- Nachbarn
- Konkurrenten
- Opinion Leaders
- Breite Öffentlichkeit
- Finanzwelt
- Vereine/Organisationen
- Lieferanten
- Medien

- Interne Zielgruppen (Management, Mitarbeiter, Aktionäre, ehemalige Mitarbeiter, Angehörige, Familienmitglieder)

Kommunikationskonzept

5. Botschaften

- ...fassen den inhaltlichen Kern des Konzeptes zusammen.
- ...sind das, was in den Köpfen und Herzen der Zielgruppen festsitzen soll.
- ...orientieren sich am Kernproblem.

Kommunikationskonzept

6. Massnahmen

- Event
- Medienarbeit

- Mailings
- CRM
- Corporate Design (wie sehen wir aus?)
- Corporate Behaviour (wie verhalten wir uns?)
- Corporate Communication (wie sprechen wir mit den Dialoggruppen)
- Publireportagen
- Sponsoring
- Broschüren

Events

Begriff

- Versammlung von einer oder mehreren, internen und/oder externen Dialoggruppen
 - Absicht, Botschaften zu vermitteln
 - Inszenierte Ereignisse
 - Erlebnisse vermitteln
 - Emotionen auslösen
-
- Vorteile: präzise Übermittlung der Botschaften, hohe Bereitschaft der Adressaten, Emotionen, direkter Kontakt, Erfolgskontrolle
-
- Nachteile: Komplexe Planung, organisatorischer Aufwand, hohe Kosten

Events

Eventarten

- Messen und Ausstellungen
- Generalversammlungen
- Tag der offenen Tür
- Kunden/Mitarbeiterveranstaltungen
- Symposium
- Betriebsjubiläum
- Produktepräsentationen
- Sitzungen/Konferenzen/Diskussionsrunde
- Seminare
- Grundsteinlegung/“Uftrichtete“
- Kulturelle Veranstaltungen
- Eröffnungen
- Vortrag/Podiumsgespräch etc.

Events

Goldene Regeln

- Gründe für Event schriftlich festhalten
- Frühzeitig planen
- Termine abklären
- Termine sofort kommunizieren
- Datenbanken à jour bringen
- Motto wählen
- Mit Einladung Aufmerksamkeit wecken
- Beschriftungen
- Mut zeigen aber nichts an den Haaren herbei ziehen
- Involvierung der Gäste
- Nicht zu bescheiden, aber auch nicht zu protzig
- Eventmitarbeiter gut briefen

Events

Goldene Regeln

- Begegnungen zwischen den Gästen fördern
- Reinigung während Event
- Technik testen
- Angepasste Ansprachen
- Medien nicht vergessen

Medienarbeit

Warum
Medienarbeit?

Medien

- Vermitteln den Auftritt auf öffentlicher Bühne
- Ermöglichen Aufmerksamkeit
- Machen mich hörbar
- Vermitteln Glaubwürdigkeit, Prestige, Akzeptanz

Medienarbeit

Tipps für die Medienarbeit

- Immer im Auge behalten: Journalisten sind gestresst und haben die Funktion des „Torhüters“ .
- Journalisten sind ihren Lesern verpflichtet.
- Journalisten brauchen Geschehnisse, sind auf Aktualität, Neuigkeit und Ungewöhnliches angewiesen
- Sich die Story vor Augen halten
- Learning by doing
- Sich selber sein
- Kontinuität
- Kontaktpflege, im Gespräch bleiben
- Mediendatenbanken pflegen
- Medien aufmerksam beobachten

Medienarbeit

Tipps für die Medienarbeit

- Druckreifes Datenmaterial (Fotos, Texte, Analysen, Umfragen etc.)
- Impressum beobachten
- Vorsicht mit Geschenken!
- Hände weg von der Idee, Journalisten für Ihre Dienste zu kaufen.
- Medienangepasste Veranstaltungen

Medienarbeit

Wie wird eine Information zur Nachricht

- **Zeitpunkt**
- **Nähe zum Leser**
- **Status** (Prominenz, persönlicher Einfluss)
- **Dynamik** (Überraschung, Struktur)
- **Spektakel** (Konflikt, Kriminalität, Schaden, Erfolg etc.)
- **Identifikation**

Medienarbeit

Mittel der Medienarbeit

- Mediencommuniqué
- Medienkonferenz
- Leserbrief
- Publi-reportage
- Kundenzeitschriften, Broschüren
- Medienmappe
- Medienevent
- Medienpartnerschaften
- Etc.

Medienarbeit

Medieninformationen

- Wer, wo, was, wann, wie, warum, wie lange
- Im Titel Story erkennbar
- Prägnanter Titel mit Überraschungseffekt
- Nicht mehr als eine A4 Seite
- Angaben der Anzahl Wörter, Zeichen
- Absender
- Mail oder Postversand
- Gute Qualität der Beilagen
- Nicht zu „werberisch“
- Prägnante Sprache
- Das Wichtigste zuerst

Medienarbeit

Beispiele aus der
Praxis

Medienarbeit

«Es ist eine absolute Schweinerei»

«Bote»-Umfrage: Was sagen Sie zu den steigenden Benzinpreisen?

ce. In den letzten zehn Tagen kam es in der Schweiz zu mehreren Benzinpreis-Erhöhungen. Vor allem die Benzinkäufe der USA treiben in Europa die Benzinpreise in die Höhe. Der «Bote» ging im Talkessel auf die Strasse und wollte wissen, was die Bevölkerung zu dieser Teuerung zu sagen hat. Ebenfalls wurde nach Alternativen zum Autofahren gefragt.



Alois Bräker, Adligkofen



Tamara Föchlin, Seewen



Josef Boeler, Steinen



Mathilde Klinge, Schwyz
Blatt Christoph Cavaschi

«Wir sind gänzlich machtlos»

«Die Benzinpreise steigen immer. Sogar wenn die merken, dass eine Senkung der Preise ansteht, werden sie kurz vorher nochmals erhöht, damit das Benzin nicht billiger wird. Das Ganze ist ja verflücht. Und was können wir schon machen? Das ist eine Frage für sich. Wir sind ja gänzlich machtlos. Das Einzige, was wir tun können, ist dumm «schmorren», sonst nichts.»

«Brauche das Auto jeden Tag»

«Ich finde es natürlich ganz und gar keine gute Sache, dass die Benzinpreise immer steigen. Ich fahre jeden Tag Auto. Da ich in Luzern arbeite, bin ich auf das Auto angewiesen. Natürlich wäre das Zugfahren eine Alternative. Aber man ist halt viel flexibler mit dem Auto. Ich kann nicht inmitten meiner Arbeit davonlaufen und den Kunden sagen, ich müsse jetzt auf den Zug.»

«Finde es eine Schweinerei»

«Wenn wir doch ehrlich sind, ist das doch eine absolute Schweinerei. Sie müssten doch mit den Preisen gar nicht rauf. Das würde nur auf die letzte Abstimmung hin gehen. Dann liess es, die Preise würden dann wieder gesenkt. Und was geschah? Genau das Gegenteil, die Preise werden wieder erhöht. Für jene, die jöhässig auf das Auto angewiesen sind, ist es eine Schweinerei.»

«Es wird immer teurer»

«Das Benzin wird immer teurer und teurer. Was soll ich sagen? Wenn ich das Benzin nicht mehr bezahlen kann, fahre ich nicht mehr Auto. Solange ich dies aber noch kann, fahre ich weiterhin. In Deutschland ist das Benzin ja nochmals teurer. Wenn man die Staus überall betrachtet, sind die Benzinpreise ja noch nicht so hoch, dass die Leute aufs Autofahren verzichten müssen.»

Medienarbeit

REGION DIENSTAG, 29. JUNI 2004 SEITE 4

11-Mio-Bau schafft 6 Arbeitsplätze

Spatenstich beim Auto-Center Benno Müller an der Gotthardstrasse

Nach der Übernahme der Vertretung von Chrysler/Jeep baut das Auto-Center Benno Müller in Ibach für elf Mio Franken einen Neubau neben dem Werkstattgebäude. Sechs neue Arbeitsplätze sind die erfreuliche Bilanz dieses Vorhabens.

• VON CHRISTOPH JUD

Der Neubau des Auto-Centers Benno Müller in Ibach wechselte vor wenigen Tagen von der Planungs- in die Realisierungsphase. Vor einem Jahr wurde das eingelegte Vorhaben des Mercedes- und Jeep/Chrysler-Vertreters bekannt (der «Bote» berichtete darüber). Nun erfolgte der erste Spatenstich, und bereits sind die schweren Baumaschinen an der Gotthardstrasse aufgeföhren. Anhand der beeindruckend grossen Baugrube ist unschwer zu erkennen, dass hier ein grosses Werk entstehen soll. Grund für den Neubau ist die Übernahme der Vertretung der Marken Jeep und Chrysler vor einem Jahr. Das Auto-Center Benno Müller, das seit 1979 an der Gotthardstrasse 15 in Ibach als offizieller Händler die Marke Mercedes-Benz vertritt, muss dringend mehr Platz für die neue Vertretung haben. Um den nötigen Raum für die Präsentation der neu hinzugekommenen Marken Chrysler und Jeep zu schaffen, realisiert Inhaber Benno Müller einen dreistöckigen Neubau direkt neben dem bisherigen Werkstattgebäude. Darin sollen im Untergeschoss eine Tiefgarage mit 30 Plätzen und ein Lagerraum für 4000 Kundenpneus entstehen. Das Lager wird unterirdisch mit dem Werkstatt-Hauptgebäude verbunden sein.

Auftrag an Einheimische

Im Erdgeschoss werden eine Ausstellungs- und Bereitstellungsfläche von 450 m² und eine Werkstatt mit vier Autoliften auf 300 m² geschaffen. In den Obergeschossen werden vier grosszügig dimensionierte Mietwohnungen mit je 150 m² Wohnfläche und einem guten Ausbaustandard entstehen. Mit dem 11 Mio Franken teuren Bau entstehen im Betrieb des Auto-Centers Benno Müller sechs neue Arbeitsplätze. Zudem profitiert das einheimische Gewerbe. Drei einheimische Bauunternehmen sind mit den Tief- und Hochbauarbeiten beauftragt worden. Nach dem langen Baubewilligungsverfahren, das knapp ein Jahr gedauert hatte, ist die Geschäftsleitung des Auto-Centers Benno Müller froh, dass nun der seit der Geschäftserweiterung dringend benötigte Raum endlich geschaffen werden kann. Firmeninhaber Benno Müller rechnet mit der Fertigstellung des Baus bis im Oktober 2005.



Spatenstich erfolgt: Inhaber Benno Müller (Mitte vorne) freut sich mit seiner Familie und am Bau Beteiligten über den Startschuss.

ALF CHAMBERLAIN

Medienarbeit

SCHWYZERISCHES



Geschenk dankbar angenommen
Neues Fahrzeug für die Spitex Arth-Goldau

Der Verein Spitex ist eine Sorge los: dank dem Sponsorring einheimischer und in der Umgebung ansässiger Gewerbebetriebe (KMU) wurde die Anschaffung eines neuen Fahrzeugs möglich. Die Spitex hat dieses Geschenk dankbar angenommen, wie Präsident Erwin Zurfluh am Freitagabend vor den zahlreichen zur Fahrzeugübergabe erschienenen Gönnern sagte. Damit können gewisse Engpässe bei den täglichen Einsätzen überbrückt und ein reibungsloser Ablauf der Dienstleistungen gegenüber den zu betreuenden Personen gewährleistet werden. Für die Spitex bedeutet dies eine wesentliche Entlastung der Vereinskasse. In Zusammenarbeit mit der SAW Sport- und Aussenwerbung AG mit Sitz im thurgauischen Horn ging die Spitex einen neuen Weg. Das neue Fahrzeug der Marke Daihatsu Sirion 1.3/4 WD wird durch die SAW beworben, die Werbeflächen den Gewerbetreibenden kostengünstig vermietet. Somit erhält die Spitex über die Dauer von vier Jahren, inklusive dessen kompletten Unterhalt, ein völlig kostenloses Fahrzeug zur Verfügung gestellt. – Im Bild: Schlüsselübergabe an der Parkstrasse in Goldau: (von links) Werner Pärer (SAW AG), Frau van Holten, Bereichsleitung Pflege, und Spitex-Präsident Erwin Zurfluh.

25. August 2004

Medienarbeit



Medienarbeit

Was könnte ich tun?
Ein paar Ideen.

- Mailing an Bevölkerung zu aktuellen Themen
- Gratis Heimfahrten bei grossem Fest (z.B. Fasnacht)
- Garage für Veranstaltungen zur Verfügung stellen
- Fahrzeuge Vereinen zur Verfügung stellen
- Fachinformationen zu steigenden Benzinpreisen
- Gratis Fahrkurs bei akuten Schneeverhältnissen
- Mechanikerkurs für Damen
- Schulen einladen für „ein Tag in der Garage“
- Garagenfest

Medienarbeit

Was könnte ich tun?

- Gadgets bei Benzintanken (z.B. ein Gratisglace, Parkscheibe, Duftbäumli etc.)
- „Fahren Sie heute mit dem Cabriolet nach Hause“ – Mail an Angestellte in der Region
- „Gehen Sie heute mit einem Chauffeur in den Ausgang“

Vielen Dank für Ihre Aufmerksamkeit

