

Strategische Öffentlichkeitsarbeit und strategische PR

Wie sind wir erfolgreich und wie steigern wir unseren Erfolg dauerhaft?
„Wenn Du keine Ziele hast, dann ist der Weg egal,“ sagt ein chinesisches Sprichwort.

Die Öffentlichkeitsarbeit (ÖA) und die Public Relation (PR) lässt in der Praxis sehr häufig eine solide strategische Planung, sowie eine systematische und eine durchdachte Struktur vermissen.

Es wird zu viel sporadisch, bruchstückhaft und „aus dem Bauch heraus“ gearbeitet.
Der Erfolg der ÖA + PR Maßnahme wird so gut wie nie gemessen (was hat es gebracht?).

Alle, die mit der Öffentlichkeitsarbeit und PR zu tun zu tun und Verantwortung haben, sowie Ihren persönlichen Erfolg in diesem Thema steigern wollen.

1. Wie sieht eine gut strukturierte Öffentlichkeitsarbeit und Public Relations speziell für gemeinnützige Dienstleister aus?

Die strategischen Ziele der Öffentlichkeitsarbeit und PR

2. Strategische Planung – der ÖA und der PR – Plan – aber wie?

3. ABC Analyse nach Pareto

4. Min. 45 Maßnahmen der Öffentlichkeitsarbeit/PR

- Auswahl der A + BA Maßnahmen, die auf Grund der strategischen Planung notwendig sind.

5. Entscheidungstheorie von Franz von Neumann:

- Die beste Struktur mit dem höchsten Erfolg erarbeiten
- Pläne pro Zeitperiode erstellen (wöchentlich, monatlich, jährlich)
- Kontrollen, Wiederholungen und Messvorgänge planen und durchführen

6. Methoden und Werkzeugkasten

7. Erfolgreiche Beispiele und Vorbilder

8. Checklisten und Übersichten

9. Kosten und Ertrag

10. Wann ist die Öffentlichkeitsarbeit erfolgreich?

11. Was sind typische, vermeidbare Fehler?

12. Was wollen wir kommunizieren?

13. Welche Botschaft will mein Unternehmen zu den Empfängern tragen?

14. Deckt sich die Botschaft mit der Wahrnehmung meines Unternehmens durch die Empfänger?

15. Besondere Situationen:

- > in Krisensituationen

- > bei schlechten Botschaften

- > in den Schlagzeilen

- > Gerüchte

- > „Schwierigkeiten“: wirtschaftlich, technisch

- > alle sonstigen, besonderen Situationen

16. Fund Rising, Förderungen, Projekte, Angebote,

17. Social Media stark nutzen – aber wie?

18. Den Erfolg aller Maßnahmen messen -aber wie?