

Susanne Diehm und Jutta Michaud

Erfolgreiche PR- und Unternehmenstexte

Kreative Schreibideen | authentischer Content |
mehr Aufmerksamkeit



Inhaltsverzeichnis

Einleitung	9
Über die Autorinnen	15

1: »Writers little Helper«

19

1.1 Textportfolio führen und passend zum Schreibtyp arbeiten	20
1.2 Die Schreibtypen	25

2: Das kleine Einmaleins der Unternehmens- **kommunikation**

29

2.1 Wie man einen Anfang findet	30
2.2 Sie haben Ihren USP noch nicht gefunden?	34
2.3 Ihre Zielgruppen – unbekannte Wesen?	36
2.4 Schlagwortliste anlegen.	40
2.5 Meilenstein 1 ist erreicht	42

3: Ihre virtuelle Visitenkarte

43

3.1 Die Unternehmenswebsite	44
3.2 Home: Die Startseite	53
3.3 Produkte und Angebot	62
3.4 Meilenstein	65

4: Werben mit Emotionen 67

- 4.1 Das Team als Sympathieträger 71
- 4.2 Meilenstein 73

5: Pressearbeit im Internet 75

- 5.1 Die Presseseite 77
- 5.2 Journalistische Grundformen 83
- 5.3 Vom »Kleinen Schwarzen« zum Komplettoutfit –
Die Pressemitteilung. 84
- 5.4 Das Fact-Sheet 91
- 5.5 Storytelling 92
- 5.6 Die Signature-Story – ein Anwendungsfall für gutes Storytelling 96
- 5.7 Stoffsammlung anlegen 100
- 5.8 Das Interview 101
- 5.9 Presseverteiler aufbauen 113
- 5.10 Ein Wort zum Corporate Design 116
- 5.11 Ratsam: In gutes Bildmaterial investieren! 117
- 5.12 Meilenstein 118

6: Newsletter, Kunden- und Mitarbeiterzeitschriften 119

- 6.1 Kundennewsletter 121
- 6.2 Gut aufgestellt im Wettlauf um gute Mitarbeiter 123
- 6.3 Auch das ist PR: Personalanzeigen 127

7: Social Media – ein weites Feld! 131

7.1	Welche Geige spielt Social Media heute im PR-Konzert?	135
7.2	Basics für Social-Media-Neulinge	137
7.3	Präsenz auf allen Kanälen	138
7.4	Ei, wo bloggen Sie denn?	143
7.5	Nicht vergessen: Mehrfachverwertung!	146
7.6	Meilenstein.	148

8: Schreiben für Ihre Work-Life-Balance 149

Anhang 157

Index	163
-----------------	-----