

MIT (DIGITALER) PRESSEARBEIT IHRE REPUTATION AUFBAUEN

Jedes Unternehmen wünscht sich eine positive Außenwahrnehmung, die nicht allein von guten Produkten oder Services abhängt. Um das gewünschte Firmenimage aufzubauen, ist gezielte Pressearbeit notwendig, die heutzutage vermehrt in der digitalen Welt stattfindet. Unternehmen der IT-Branche haben hier durch ihre technische Nähe einen Vorsprung, der im Rahmen einer kontinuierlichen Pressearbeit genutzt werden sollte.

DAS FIRKENIMAGE – HEUTZUTAGE WICHTIGER DENN JE

Ob Privatperson oder Unternehmen, durch die digitale Vernetzung sind wir alle öffentlicher als je zuvor. Firmen werden nicht mehr allein an der Qualität ihrer Produkte oder Services bemessen. Eine starke Kommunikation mit alten und neuen Kunden, soziales Engagement oder eine nachhaltige Produktion nehmen immer häufiger Einfluss auf die Kaufentscheidung.

Schon in früheren Jahrzehnten waren Firmen um ein positives Image bemüht und haben sich aktiv um ihre Reputation gekümmert. Im digitalen Zeitalter ist ein zielführendes Reputationsmanagement nicht mehr wegzudenken. Negative Schlagzeilen verbreiten sich innerhalb weniger Stunden weltweit, Kunden und Gegner nutzen soziale Medien für schädigende Kommentare. Auch als Unternehmen der IT-Branche heißt es, diese Herausforderung proaktiv anzugehen und das eigene Markenimage gezielt zu formen.

Wird ein Unternehmen
als starke Marke wahrgenommen,
ist auch die Reputation stabil.

VON POSITIVER REPUTATION ZUR STARKEN MARKE

Eng mit dem Reputationsmanagement verbunden ist ein Markenaufbau, den jedes Unternehmen anstreben kann. Die Wahrnehmung einer Marke führt von einzelnen Produkten oder Services fort, hin zu positiven Assoziationen und einer engen Bindung zu Unternehmen und Marke im Allgemeinen. Wird ein Unternehmen als starke Marke wahrgenommen, ist auch die Reputation stabil. Vermeintliche Probleme oder schädigende Handlungen werden einfacher gemeistert, oft können Marken durch ein kluges Reputationsmanagement gestärkt aus Konflikten herausgehen.

Natürlich sollten Produkte und Dienstleistungen bereits für sich sprechen, wenn es um die Wahrnehmung einer starken Marke geht. Um dies zu fördern und sich bewusst von der Konkurrenz abzuheben, ist begleitende Pressearbeit entscheidend. Und dies bedeutet heutzutage, sich in analogen und digitalen Medien sowie in sozialen Netzwerken richtig zu positionieren. Reine Werbemaßnahmen werden oft als zu plump wahrgenommen, so dass ein sachlicher Zugang den besseren Weg darstellt.

WESHALB ÜBERHAUPT PRESSEARBEIT LEISTEN?

Mit Pressearbeit für eine gute Reputation zu sorgen, ist kein Phänomen des digitalen Zeitalters. Schon vor Jahrzehnten waren journalistische Artikel in Zeitungen und Magazinen zu finden, die indirekt Werbung für Firmen und ihre Produkte machten. Allein die Erwähnung in Zeitungen

und die Darstellung des gesellschaftlichen Engagements förderte die Reputation und das Image erheblich.

Klassische oder digitale Pressearbeit muss nicht ausschließlich auf die Förderung von Verkaufserfolgen abzielen. Vielleicht möchte sich ein Unternehmen als starker Arbeitgeber positionieren, um Fach- und Führungskräfte zu gewinnen. Für Mitarbeiter kann es reizvoll sein, für einen Arbeitgeber mit einem guten Ruf tätig zu werden und sich als „Teil des Ganzen“ zu fühlen.

Pressearbeit im Sinne einer starken Außenkommunikation reicht in den seltensten Fällen aus. Schließlich wird auch Ihre direkte Konkurrenz analoge, digitale und soziale Medien nutzen, um etwas für die eigene Reputation zu leisten. Auch die Inhalte sollten stimmen, sprich das Engagement und die präsentierten Inhalte. Reputation lässt sich dann hervorragend aufbauen, wenn Unternehmen Dinge leisten, die unweigerlich positiv sind.

WAS PASSIERT OHNE GEZIELTE PRESSEARBEIT?

Die Nutzung von sozialen Netzwerken und das Betreiben kontinuierlicher und konsistenter Pressesarbeit steht jedem Unternehmen heutzutage offen. Selbst kleinste Firmen können mit der richtigen PR-Strategie im Konzert der Großen mitspielen und einen nachhaltigen Aufbau ihrer Reputation betreiben. Hierdurch entsteht ein Wettbewerb, der über den eigentlichen Wettbewerb mit Produkten und Dienstleistungen hinausgeht.

Auf Pressearbeit für die Reputation des eigenen Unternehmens zu verzichten, überlässt der Konkurrenz kampflos das Feld. Dies gilt speziell in der IT-Branche, die von Natur aus eine umfassende Präsenz in der digitalen Welt aufweist. Ohne Pressearbeit werden Firmen Offline-Welt unsichtbar. Und dies ist das Umfeld, in dem zunehmend nach neuen Produkten, Services und Dienstleistern gesucht wird.

DIGITALE MEDIEN FÜR DEN REPUTATIONSAUFBAU NUTZEN

Speziell Dienstleister mit einem Bezug zur digitalen Welt sollten auf Online- und Offline-Medien setzen und eine Kombination aus klassischer und digitaler Pressearbeit betreiben. Hierbei ist die Regelmäßigkeit ein Schlüssel, um fortwährend im Gedächtnis alter und neuer Kunden zu bleiben. Dies bedeutet, immer wieder Inhalte zu generieren, die einen positiven Eindruck beim Leser hinterlassen und den Firmenruf nachhaltig verbessern.

WICHTIGE FAKTOREN IM REPUTATIONSMANAGEMENT

Pressearbeit zum Reputationaufbau im Internet hat viele Facetten. Wie sich einzelne Maßnahmen am sinnvollsten miteinander kombinieren lassen, hängt von Art und Größe des Unternehmens sowie der Konkurrenzsituation ab. Wichtige Faktoren für das Reputationsmanagement in der digitalen Welt sind:

- Eine Kampagne sollte langfristig ausgelegt sein, im Idealfall über mehrere Monate oder Jahre. Ein positives Markenimage lässt sich nicht von heute auf morgen aufbauen.

- Klassische Pressearbeit, online wie offline, durch sachliche Artikel ohne zu deutlich werbende Signale, bleiben eines der wichtigsten Instrumente der Imageförderung.

- Die Nutzung sozialer Medien sollte ebenfalls eher sachlich als werbend erfolgen. Echte Hilfe und Informationen zahlen sich mehr aus als reine Werbebotschaften.

- Die Regelmäßigkeit der Maßnahmen ist wichtig, um alte und neue Kunden immer wieder an das eigene Unternehmen und seine speziellen Eigenschaften und Stärken zu erinnern.

- Eine starke Reputation sollte in guten Zeiten des Unternehmens aufgebaut werden, damit Firma und Marke potenzielle Krisen besser als der Wettbewerb übersteht.

(DIGITALE) PRESSEARBEIT ALS TEIL DES (ONLINE-) MARKETINGS

Nicht nur Firmen der IT-Branche erkennen, dass die Reputation im Internet und darüber hinaus zunehmend wichtiger ist als die Außenwahrnehmung ausschließlich über traditionelle Medien. Aus diesem Grund sollte Pressearbeit stets ein fester Bestandteil des Marketings sein.

Professionelle Agenturen berücksichtigen dies bei der Ausarbeitung einer PR-Kampagne. Sich hier frühzeitig zu informieren, sorgt langfristig für die gewünschte, gestärkte Reputation. Mit einem starken Markenaufbau und Reputationsmanagement lässt sich deutlich gelassener auf Krisen der Zukunft schauen.



GABRIELA MAIR

Ihre Ansprechpartnerin für PR und Content

ProComm e.U.

📍 Urbangasse 21/1/11, 1170 Wien

☎ +43 1 408 57 94

📱 +43 676 908 35 71

@ g.mair@procomm.biz

🌐 www.procomm.biz