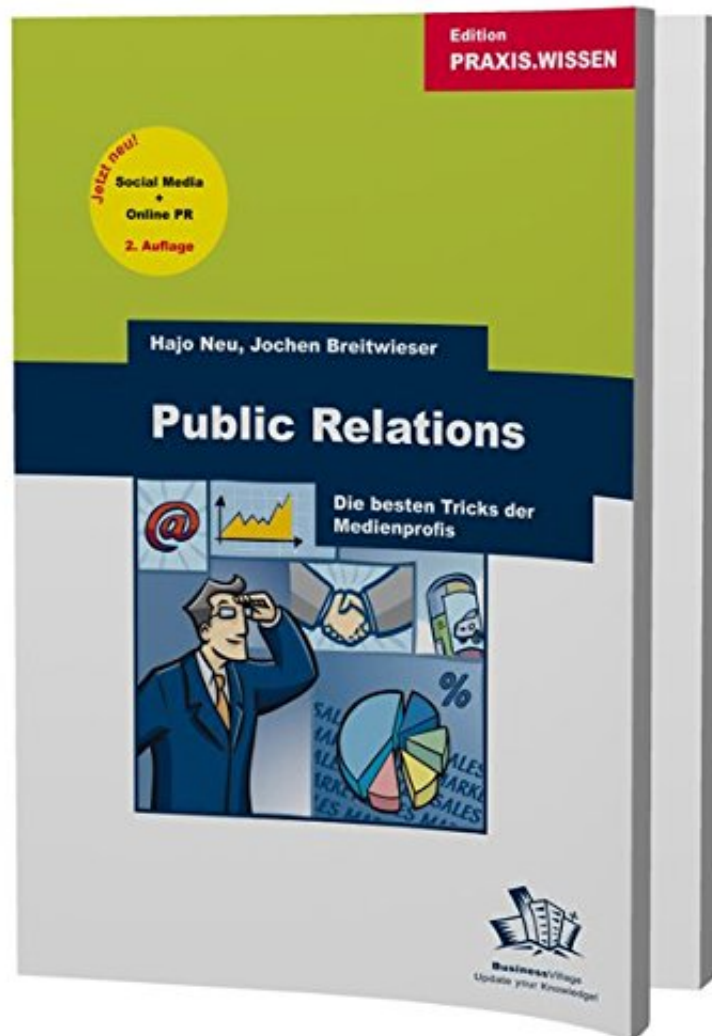


(Mobile book) Public Relations. 2. Auflage: Die besten Tricks der Medienprofis

Public Relations. 2. Auflage: Die besten Tricks der Medienprofis

Von Hajo Neu, Jochen Breitwieser
audiobook | *ebooks | Download PDF | ePub | DOC



 Download

 Read Online

Produktinformation -Verkaufsrank: #1103447 in BcherVerffentlicht am: 2009-05-10Einband:
Taschenbuch120 Seiten | File size: 46.Mb

Von Hajo Neu, Jochen Breitwieser : Public Relations. 2. Auflage: Die besten Tricks der Medienprofis before purchasing it in order to gage whether or not it would be worth my time, and all praised Public Relations. 2. Auflage: Die besten Tricks der Medienprofis:

KundenrezensionenHilfreichste Kundenrezensionen3 von 3 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Gut geschriebene, schnell lesbare und praxisnahe ZusammenfassungVon Kerstin HoffmannLiebe PR-Kunden, bitte lesen Sie dieses Buch, ehe Sie von Ihrer PR-Agentur wieder verlangen, dass sie fr Sie "Artikel platziert", in denen Sie gnstigenfalls den neuen Anstrich Ihrer Brorume promoten.Liebe PR-Agenturen, geben Sie dieses Buch Ihren Kunden, die Marketing mit PR verwechseln - das spart viel Zeit, in der Sie sich auf Ihre eigentliche Arbeit konzentrieren

können. Dieser schmale Band ist kein Lehrwerk der PR. Dafür ist er auch nicht gedacht. Wer vorher keine PR machen konnte, kann es nach dem Lesen immer noch nicht. Aber er denkt vielleicht zumindest nicht mehr irrtümlich, dass er es könnte. Das Buch richtet sich ausdrücklich an PR-Verantwortliche. Es revolutioniert auch nicht unbedingt die Methodik der PR. Aber die beiden Autoren fassen prägnant zusammen, worum es in der PR vor allem geht - für diejenigen, die das im umsatzdominierten Tagesgeschäft womöglich zwischendurch vergessen. Vor allem stärken Breitwieser und Neu all jene, die PR deutlich von Werbekampagnen und Verkaufsfördernden Maßnahmen abgrenzen. Das Buch räumt mit SEO-Mythen auf. Es liefert PR-Verantwortlichen, die schon zu lange in der eigenen Suppe kochen, eine heilsame Außenansicht. Und es gibt einige ganz konkrete, praktische Tipps, die nur wirkliche Fachleute wissen können, etwa zum Thema PR für das Fernsehen. Fazit: PR ist schön, macht aber viel Arbeit. 2 von 2 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Viele Praxistipps! Von S. Biedermann Bucher zum Thema Public Relations gibt es wie Sand am Meer - doch welches hilft wirklich in der Praxis, welches ist mehr graue Theorie? Public Relations: Die besten Tricks der Medienprofis kann sicherlich zur Kategorie Praxis gezählt werden und das macht es deshalb so spannend. Immer wieder wird an Beispielen gezeigt, wie man die verschiedenen Techniken und Instrumente einsetzt - und auch wie man es nicht machen sollte. Dank des charmanten Schreibstils werden die Botschaften unterhaltsam transportiert. Somit liefert das Buch nicht nur einen guten Überblick über die Branche, sondern vermittelt dieses Wissen auf unterhaltsame Weise. Auch das Thema Internet und Internet-PR wird (in der neuesten Version) eingehend beleuchtet und besprochen. Somit liefert das Buch einen sehr guten Überblick samt vielen Praxisbeispielen - Klasse! Gerade für PR'ler in kleinen und mittelständischen Unternehmen ist es gut geeignet. 1 von 1 Kunden fanden die folgende Rezension hilfreich. Anschaulich, praxisnah, aktuell. Von Copo de Nieve Zwischen all den Büchern, die es über PR gibt, ist dieses eine echte Wohltat! In anschaulichen Worten und vor allem direkt aus der Praxis geschöpft bekommt der Leser viele wertvolle Tipps und Tricks für den Berufsalltag. Das Buch demonstriert, wie PR wirklich ist: Lebendig und nah am Menschen. Hier erfährt man, was in der Praxis erfolgreich umgesetzt werden kann, wie Journalisten "ticken", welche Anforderungen ein PR-Manager erfüllen muss und wie sich die Öffentlichkeitsarbeit besonders in den letzten Jahren verändert hat. Das neue Kapitel zu Social Media und Online-PR ist für unerfahrene Web 2.0-User zwar nicht in allen Teilen einfach zu verstehen, zeigt jedoch deutlich aktuelle Trends und neue Strategien auf. Einleuchtender habe ich die Bedeutung von Online-PR noch nicht erklärt bekommen. Ich empfehle das Buch fortgeschrittenen Studenten und Berufseinsteigern, sowie eingesessenen PR'lern, die ihr Wissen erneuern und auffrischen möchten.

Kurzbeschreibung Jetzt neu! Mit Social-Media und Online-PR Die Bedeutung von Public Relations ist gerade in Zeiten knapper Budgets enorm. Doch was, wenn trotz stattlicher Etats immer nur die Konkurrenz mit ihren Meldungen und Produkten im Fernsehen, in Zeitungen und im Internet auftaucht? Wenn es scheinbar so gar keine Ideen gibt, um den eigenen Output an News wirkungsvoll zu erhöhen? Reicht es für den PR-Erfolg aus, lehrbuchgemäß verfasste Pressemitteilungen zu verschicken und darauf zu hoffen, dass die Medien auf ein wichtiges Thema schon von alleine aufmerksam werden? Naive Vorstellungen mit denen das Autoren-Erfolgsduo Neu und Breitwieser in diesem Praxisleitfaden aufräumt. Pragmatisch und praxisorientiert erläutern die PR-Profis das Prinzip zeitgemäßer Kommunikations-Konzepte im Zeitalter von Online-PR und Social Media. Denn weder die gute alte Pressearbeit nach Schema F noch theorielastige PR-Strategien lösen die wahren kommunikativen Herausforderungen im Unternehmen. Dieser Praxisleitfaden beschreibt, welche PR-Maßnahmen unter welchen Voraussetzungen wirken und welche komplett überflüssig sind. Der Leser erfährt: - nach welchem Beuteschema die Medien ihre News auswählen, - wie Social Media und Online-PR Public Relations verändert haben und weiterhin verändern werden, - wie man mit Online-PR effizientes Suchmaschinenmarketing betreibt, - wie man mit geschickter PR nicht nur Gewinn für eigene Unternehmen generiert, sondern es auch der Konkurrenz schwer macht, - wie man als Pressesprecher im Unternehmen erfolgreich arbeitet und welche ungeschriebenen Gesetze es bei der Zusammenarbeit mit der PR-Agentur gibt, - was es mit den acht Todsünden der PR auf sich hat. über den Autor und weitere Mitwirkende Hajo Neu ist Geschäftsführer von neu:kom, einer auf Technologie- und Entertainment-Themen spezialisierten Beratungsagentur in Heidelberg. Er hatte mehrere Jahre eine Führungsposition beim PR-Network Euro RSCG ABC inne und arbeitete unter anderem in der Abteilung Presse- und Öffentlichkeitsarbeit des Europäischen Parlaments. Jochen Breitwieser ist Pressesprecher und Manager Public Relations von Callidus Software Inc., in San Jose, Kalifornien/USA. Zuvor gründete er als Geschäftsführer das deutsche Büro der internationalen High-Tech PR-Agentur "The Hoffman Agency" in München und arbeitete anschließend als Account Manager beim Hauptsitz der Agentur in San Jose.