

## 17. Unternehmertag Deggendorf

Public Relations - Mein Unternehmen 2020

Dr. Perry Reisewitz



- Die Kommunikation wandert immer stärker ins Netz – Webauftritt, Webprofil; für die PR: neue Netzwerke (z.B. Bloggerrelations)
- Immer mehr Endgeräte sind mobil - responsive webdesign
- Der Nachfrager wird mächtig – gefunden werden (SEO, Keywords; Xing, LinkedIn, regionale Plattformen, Fach- und Branchenforen...), sich selbst beobachten (google alert), Empfehlungsmarketing, Verantwortung für die eigenen Wertschöpfungsketten
- Aufsplittung der Zielgruppen; Wanderbewegungen – Customer Journey, Touchpoints, Community Management
- Ständig neue mediale Formate – technisches Know-how (virtual reality, augmented reality) und integrierte Kommunikation
- Unternehmen und ihre Mitarbeiter benötigen Leitplanken für die Nutzung von Social Media im beruflichen Umfeld - SoMe Guideline, Schulungen
- Marketing/Werbung/PR lassen sich immer weniger voneinander trennen - Kommunikation umfassend denken (crossmedial, integriert; payed, owned, earned)
- Kannibalisierung von Wertschöpfungsketten: Warum für Information bezahlen, wenn sie frei verfügbar ist (White Paper, Downloads, Herrschaftswissen)? – Content is King: Wie können Sie Ihren Zielgruppen nützlich sein?
- Digitalisierung und Automatisierung: Bots, automatische Texterstellung – Wo liegen die Risiken für Ihr Geschäftsmodell und wie verändert sich die PR?
- Veränderte Arbeitszeiten in der Kommunikation – neue Beschäftigungsmodelle für die Zeit nach 18 Uhr
- Reduzierte Aufmerksamkeit – Storytelling (in Bildern und Geschichten kommunizieren)
- Jeder Mitarbeiter wird zum Kommunikator – Die PR-Abteilung entwickelt sich vom Initiator zum Enabler
- Schnelle Reaktionen erforderlich – mehr Kompetenz für die Kommunikation
- Erfahren, was passiert und richtig reagieren – empathiefähig sein
- Erzählen Sie Geschichten, die im Kopf bleiben
- Klein anfangen – aber: ANFANGEN!