

## Kleine Nachricht, große Wirkung: Wie EMS-Unternehmen mit Public Relations (PR) zur umsatzstarken Marke werden

Man muss kein großer, weltbekannter Markenartikler sein, um in der eigenen Branche gehört zu werden, begehrt zu sein. Auch große Werbeetats gehören nicht dazu, um in der Fachpresse Gehör zu finden. Sie brauchen einzig und allein: ein eigenes Unternehmensprofil, über das man regelmäßig für Sie schreiben und berichten kann, von dem man gerne hört und liest.

Erfahren Sie, wie interessante Nachrichten und Berichte über Ihr mittelständisches Unternehmen in die Fachzeitschrift kommen, ohne dafür Werbegeld zu zahlen. Finden Sie heraus, wie Sie durch gute Presse- und Öffentlichkeitsarbeit als EMS-Experte Ihres Fachs, als Unternehmerpersönlichkeit bei Ihren Kunden deutlich an Profil gewinnen – ohne selber schreiben zu müssen. Erleben Sie, wie Sie mit kontinuierlicher Pressearbeit (PR) nachweislich im Neugeschäft zusätzlichen Umsatz generieren.

Das Praxis-Seminar zeigt nicht nur erprobte Regeln auf, wie Sie Ihr Marketing besser zur Markenbildung nutzen, wie Sie im Wettbewerb der Dumping-Preisspirale entgehen. Sie erfahren noch im Seminar erste konkrete Ideen an Themen, die pressetauglich sind. Zudem erkennen Sie, wie Sie strategisch vorgehen können, Ihr eigenes Unternehmensprofil zu schärfen. Sie erfahren, Ihre Unique Selling Proposition (USP), Ihren einzigartigen Wettbewerbsvorteil herauszustellen. Das Ziel des Seminars: Machbare Perspektiven zum Aufbau einer eigenen Unternehmensmarke zu erkennen, die langfristig im Markt bestehen kann.

**Zielgruppe:** Geschäftsführer, leitende Angestellte für Marketing, Vertrieb

**Referent:** Rainer Schoppe, IMA Institut für Markenentwicklung und Kommunikationsberatung, Hamburg