

Die 5 größten Irrtümer über PR und PR-Agenturen

05.10.2020, 09:13 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Preply*



Viele Menschen haben Schwierigkeiten, die notwendigen Ressourcen in ihre PR zu investieren (auf mehr als eine Weise). Hier sind die 5 größten Irrtümer, die Sie sich bemühen zu vermeiden sollten.

1. Zu viele Dienstleistungen bieten

Fast jeder PR-Agentur Besitzer und Mitarbeiter, den ich kenne, bietet zu viele Dienstleistungen. (Wenn Sie Kunde sind, der dies liest, tut es mir leid, aber es ist wahr.) Dafür gibt es zwei Gründe. Erstens möchten Agenturinhaber jeden Cent des Umsatzes behalten. Der Verlust eines Kunden ist schmerzhaft. Sie bieten also so viele Services wie möglich und überzeugen sich selbst, dass dies der Schlüssel zur Kundenbindung ist. Zweitens entwickeln Agenturmitarbeiter, die Kunden direkt betreuen, etwas, das dem Stockholm-Syndrom ähnelt.

Sie wissen, dass sie die Hauptlast des Zorns eines verärgerten Kunden tragen, und tun alles, um dies zu verhindern. Junge PR-Agentur-Mitarbeiter neigen dazu, die Kundenzeit mit dem Code „Agenturverwaltung“ zu bezeichnen, damit die Kunden zufrieden sind, ohne dass die Chefs sich darüber aufregen mussten, wie viel Zeit dafür aufgewendet wird. In beiden Fällen ist die Überwachtung ein Fehler. Es führt zu niedrigeren Preisen, reduziert die Gewinne, verbilligt das Angebot, behindert die Entwicklung neuer Geschäftsfelder und schafft eine moralisch dämpfende Atmosphäre. Stellen Sie sicher, dass Sie den Kunden klare Erwartungen setzen - und haben Sie keine Angst sich zu äußern, wenn Anforderungen außerhalb Ihrer Verantwortung als Agentur liegen.

2. Keine Diversifizierung

Wer mag nicht den Nervenkitzel, einen wichtigen neuen Kunden zu gewinnen? Es ist, als würde man einen wunderschönen und vielversprechenden Partner treffen. Das Glück dauert eine Weile. Wenn Sie Ihren ersten großen Kunden gewinnen, erkennen Sie schnell, dass Sie diversifizieren müssen. Verlassen Sie sich nie auf einen großen Kunden, sagen sie.

Wenn Sie ein Unternehmen gründen, beginnen Sie natürlich fast immer mit nur einem Kunden. Aber jetzt haben Sie diesen großen und verbringen Zeit damit, Ihren Kundenstamm zu vergrößern. Bald haben Sie drei oder vier Kunden. Sie sind alle kleiner als der große Kunde, mit dem Sie angefangen haben, aber Sie bekommen mehr als von Ihrem größten Kunden, also sind Sie glücklich.

Sie haben schon einige mittelgroße Kunden und sind noch glücklicher, da der große Kunde jetzt weniger als die Hälfte Ihres Gesamtumsatzes ausmacht. Zumindest sagen Sie sich das. Aber er macht immer noch fast die Hälfte des Gesamtumsatzes aus. Dann gewinnen Sie endlich noch einen großen. Keiner dieser Kunden macht mehr als ein Drittel

Ihres jährlichen Umsatzes aus, aber immer noch ein Drittel.

Sie verstehen, was ich sagen will. Endlich erfahren Sie, dass jeder Kunde als Prozentsatz des Jahresumsatzes gemessen werden soll. Es ist nicht einfach. Und manchmal ist es nicht machbar. Wenn Sie einen Kunden haben, der 25 Prozent oder mehr Ihres Geschäfts finanziert, treffen Sie manchmal schlechte Entscheidungen, wenn Sie ihn bedienen. Und wenn sie weggehen - und jeder Kunde irgendwann geht, egal was Sie glauben - ist dies ein großer Erfolg, insbesondere für ein intensives Unternehmen wie eine PR-Agentur.

3. Geld nicht richtig ausgeben

Kennen Sie Ihre medienbezogenen Bedürfnisse. Als Führungskraft müssen Sie mehr tun, als zu untersuchen, welcher Bereich des Marketings Ihrer Agentur am besten zugutekommt. Sie müssen auch herausfinden, wie viel Sie für Ihr Marketing ausgeben müssen. Geben Sie kein Geld aus, wenn es nicht nötig ist, aber wenn Sie PR benötigen, weisen Sie ein prozentuales relatives Budget zu. Verdiente Medien sind zwar nicht so teuer wie kostenpflichtige, aber nicht kostenlos. Möchten Sie eine effektive PR-Strategie umsetzen, sind Mittel erforderlich, um diejenigen neuen Produktlinien, Initiativen oder markenübergreifenden Werbeaktionen zu schaffen, die zu guten PR-Möglichkeiten führen.

4. Unrealistische Erwartungen

Unrealistisch hohe Erwartungen können PR-Strategien und Entscheidungen gefährden. PR wird Ihr Unternehmen nicht über Nacht berühmt machen, aber nach einigen Monaten werden Sie langsam aber sicher Ergebnisse sehen. Es braucht Zeit, um Geschichten zu entwickeln, Glaubwürdigkeit zu schaffen und eine emotionale Verbindung zum Publikum herzustellen.

Geduld und Verständnis sind erforderlich, um ein öffentliches Image erfolgreich zu verbessern. Geben Sie Ihre PR-Strategie nicht frühzeitig auf. Seien Sie hartnäckig, entwickeln Sie neue Geschichten zum Teilen, und mit der Zeit werden Sie vertrauensvolle neue Beziehungen aufbauen.

5. Zu viel Öffentlichkeit

Während Erfolg oft mit einer Veröffentlichung gleichgesetzt wird, werden sich Journalisten und Publikum gleichermaßen nicht mit Geschichten verbinden, denen es an Substanz fehlt. Ohne Rechtfertigung könnten häufige Berichte in den Medien tatsächlich ein schlechtes Bild von Organisationen vermitteln.

Der Weg zu den Herzen der Menschen besteht darin, die Kreativität zu nutzen, um neue Geschichten aufzudecken, die einer Veröffentlichung würdig sind. Konsistente Medien kommen mit konsistenten Geschichten. Wenn Sie keine Geschichten zu bieten haben, drängen Sie nicht zu oft auf zu viel Öffentlichkeit.

Schluss

Ein Tipp zu guter Letzt: Sie sollten vorsichtig damit sein, wem Sie Zugang zu den Sozialmedienkonten Ihres Unternehmens gewähren. Es gibt so viele Dinge, die bei Sozialmedien schief gehen können. Es kann etwas so Einfaches wie falsche Rechtschreibung oder Grammatik sein, aber auch etwas sehr Umstrittenes und möglicherweise Beleidigendes. Das Problem dabei ist, dass es nie verschwindet, selbst wenn Sie es löschen.

Sie können diese Fehler durch Planung und Vorsicht vermeiden. Es hilft, in einen guten PR-Experten oder ein gutes Unternehmen zu investieren.

Steffen Ebersbacher ist ein professioneller Redakteur und ein erfahrener Content Manager bei <https://preply.com/de/>.

Portrait

Jede Mensch, der Deutsch lernt hat ein klares, konkretes Ziel, das er erreichen will , egal ob er die Sprache bei der

Arbeit, im privaten Umfeld oder in der Schule übt. Vielleicht hast du auch schon deine Urlaubsplanung gemacht? Oder hast du schon lange vor dich im Ausland niederzulassen? Oder vielleicht wolltest du einfach schon lange eine Sprache lernen? Mit unseren professionellen Nachhilfelehrern kannst du genau das tun. Besuche einfach unsere Website wo du eine große Auswahl an Nachhilfelehrern zu unterschiedlichen Preisen findest! Mit unseren flexiblen Möglichkeiten kannst du ganz leicht per Videochat lernen und deine Unterrichtszeiten deinem Alltag anpassen. Gerne kannst du auch zunächst ein Kennenlernen vereinbaren. Wir glauben fest daran, dass du mit uns den geeigneten Unterrichtsplan findest, damit du dich intensiv mit der Sprache auseinandersetzen kannst. Egal ob du Grammatik üben oder dein Vokabular erweitern möchtest, mit Preply kannst du noch heute durchstarten! Egal, ob du ein Anfänger oder schon Sprachexperte bist: wir bieten den perfekten Lehrer, um dich noch weiter zu verbessern.

News-ID: 1102790 • Views: 1016 (Stand: 12.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/1102790/Die-5-groessten-Irrtuemer-ueber-PR-und-PR-Agenturen.html>