

Mehr Aufmerksamkeit für PR durch VISUAL-CALL-PR

17.02.2012, 16:47 | Medien & Telekommunikation

Pressemitteilung von: *Mario Ketterer, Düsseldorf*

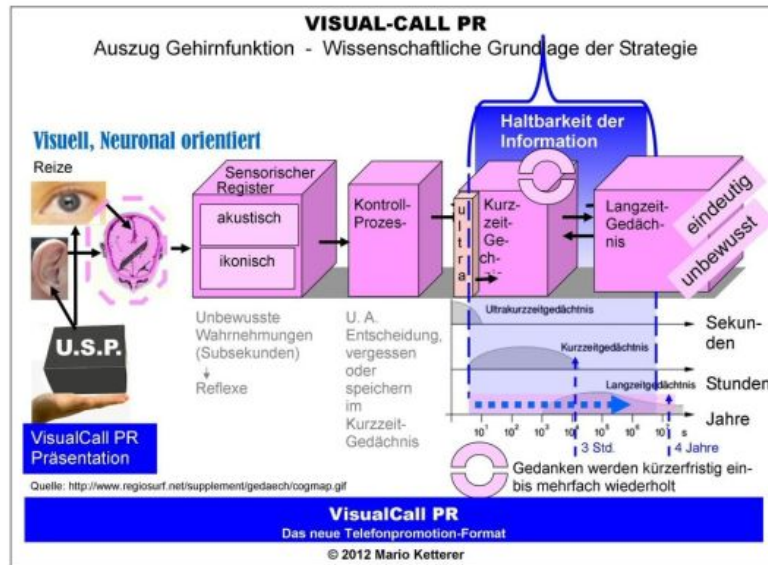


Schaubild: Wirkung VISUAL-CALL auf Langzeitgedächtnis

Bei telefonischen Betreuungsgesprächen mit Medienvertretern Leistungen ZEIGEN und bessere Aufmerksamkeit erzielen

Redakteure sind bekanntlich das Ziel der meisten konventionellen Medieninformationen von Unternehmen aller Größen. Zehntausende von E-Mails oder Postsendungen, aufwändig aufbereitet und mit teuren Broschüren und Fotos versehen, finden täglich die Redaktionen, aber vielfach nicht die Aufmerksamkeit der Verantwortlichen. Wer mit Ressortleitern im Dialog steht, hört häufig die Klage des täglichen Eingangs von hunderten Unternehmensdarstellungen. Die Sichtung vielfach nur noch nach Highlights ist die bedauerliche Folge davon. Bedauern darüber auf beiden Seiten. Parallel dazu ist der ehemalige direkte Kanal per Fragen nach Telefon-Durchwahlnummern für Diejenigen, die sie nicht persönlich von einem Ansprechpartner erhielten, meist konsequent verschlossen. Die einzige Konzession bei Anruf lautet bei den meisten Telefonzentralen: „Bitte senden Sie uns Ihre Unterlagen schriftlich, bei Bedarf melden wir uns bei Ihnen!“ Wobei sich damit der Kreis der schwachen Erfolgsaussichten vielfach schließt. Bis zum Versand einer der nächsten Medieninformation.

Blieben bisher viele Ihre Informationen leider auch unveröffentlicht?

Zukünftig kann Ihre Medieninformation bessere Chancen bei der Beachtung erzielen. „Jetzt ZEIGE ich Redakteuren AM TELEFON die Besonderheiten Ihrer Botschaft, beantworte Fragen, präsentiere live Fotos zur Auswahl. Bei Bedarf skizziere ich den einen oder anderen Sachverhalt auch, wie am Flipchart!“ Mit dieser Einladung zum Kennenlernen macht Mario Ketterer Verantwortliche für Öffentlichkeitsarbeit und PR-Schaffende skeptisch und neugierig zugleich. Er stellt jetzt VISUAL-CALL-PR vor. Zukünftig betreut er telefonisch Medienvertreter mit einem bildgestützten Gespräch zu komplexen und erklärungsbedürftigen Informationen im Auftrag von Unternehmen. Er nutzt dazu eine Gesprächs- und Präsentationsplattform, die auch in HD-Webcam Konferenz-Qualität mit Ton und Bild im live stream sendet und empfängt. Kurzfristig nach dem Gespräch können von der Redaktion zusätzlich ein VisualCall Recording aus einem Internetspeicher abgerufen werden. Parallel erhielt der Gesprächspartner die üblichen Medieninformationen per E-Mail

oder Post zugestellt. Diese würden dadurch jetzt meist schon erwartet werden.

VISUAL-CALL Grundlagen

Die besondere Wirkung des VISUAL-CALL-PR stützt Anwender Ketterer auf die Erkenntnisse der Hirnforschung. Während reine Sprachbotschaften meistens einem schnellen Merkverfall nach nur weniger als 3 Stunden unterliegen würden, hätten mit Bildern unterstützte Informationen eine Haltbarkeit von bis zu vier Jahren, von Fall zu Fall auch mehr. Beim üblichen Arbeitsanfall würden somit rein telefonische Informationen im Verlauf eines Arbeitstages des Gesprächspartners sehr schnell mit anderen Ereignissen überlagert und wieder vergessen werden. Er stellte in telefonischen Gesprächen mit Redakteuren etwa über Firmenleistungen fest, dass Gesprächsinhalte schneller vergessen waren, als die nachfolgende Mail Chance gehabt hätte, gelesen zu wurde. Sie wurde einfach nur archiviert. Mehr als jede zweite Zusendung wurde gar nicht absprachegemäß behandelt. Da halfen auch entsprechende Betreffhinweise sehr wenig. Nur einen oder mehrere aktive Anstöße würden Erinnerungen wieder wecken. Das wäre aber kurz danach nicht praktikabel.

Bildhaft unterstützte Gespräche mit VisualCalls würden dagegen beim Gesprächspartner ein „Eigenleben“ führen. Diesbezügliche Gedanken würden aus innerem Antrieb ein- oder mehrmals wiederholt werden. Ferner könnten die Überlegungen beim Empfänger Assoziationen erzeugen und sich mit eigenen Interessen, Bedürfnissen und Notwendigkeiten verknüpfen (siehe Schaubild). Handeln des Informationsempfängers sei danach deutlich wahrscheinlicher.

Für Interessenten steht VISUAL-CALL Präsentation bereit

Präsentationen für Interessenten führt der Dienstleister natürlich mit VISUAL-CALL PR Konferenzplattform durch. Dabei hält er u. a. einen verblüffenden Test zum Thema Langzeitgedächtnis der Gäste bereit. Die Idee dazu erhielt er ursprünglich durch eine Ausstellung der Wochenzeitschrift Stern.

Portrait

Der Inventor dieser PR-Supportanwendung, Mario Ketterer, ist seit 1991 Kommunikationstrainer und war langjährig Honorarprofessor für Direkt- und Telemarketing der IBM-Akademie. Er beschäftigt sich schwerpunktmäßig als VisualCalls Dienstleister in PR und Marketing für Gesprächsführung und Training für hochwertige B2B-Kommunikation am Telefon im Auftrag namhafter Firmen.

News-ID: 608802 • Views: 132 (Stand: 28.08.2026)

Link zur Pressemitteilung:

<https://www.openpr.de/news/608802/Mehr-Aufmerksamkeit-fuer-PR-durch-VISUAL-CALL-PR.html>