

Mobile Marketing als Teil der PR muss geplant sein

07.01.2013, 09:04 | IT, New Media & Software

Pressemitteilung von: *Scheidtweiler PR*

Presseagentur: *Scheidtweiler PR*



Inhaber Nicolas Scheidtweiler

Bremen. Immer mehr Unternehmen erkennen die Vorteile der mobilen Kommunikation mit ihren Kunden. Gerade in diesem Jahr scheint der Trend stärker zu werden. Jedoch bedarf es finanzieller, zeitlicher und personeller Investitionen für einen Auftritt auf mobilen Endgeräten wie iPhone, iPad, Nexus 4 oder Samsung Galaxy.

Der Bremer PR-Berater Nicolas Scheidtweiler sieht im Mobile Marketing eine Herausforderung für die Unternehmenskommunikation: „Oftmals wird die Entscheidung für das Mobile Marketing relativ kurzfristig getroffen

Aber die Entwicklung einer guten und sinnvollen App kostet Zeit und muss in die Kommunikation einer Organisation passen.“ Daher sei es sinnvoll schon zu Jahresbeginn die Strategie für die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu planen.

Dazu sei im ersten Schritt eine fundierte Analyse der derzeitigen PR und Festlegung des Budgets notwendig. Im zweiten Schritt folge die strategische Ausrichtung mit Definition der Zielgruppen und Botschaften. „An dieser Stelle lässt sich erkennen, ob der mobile Kanal der richtige für ein Unternehmen ist. Denn PR ist immer eine Anlage, die sich lohnen muss“, so der Bremer PR-Berater weiter.

Im dritten Schritt gehe es schließlich um die konkrete zeitliche Planung der verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen, wie Pressearbeit, Social Media oder das Mobile Marketing. Dabei ließen sich die notwendigen Zeiträume und die Investition für die Konzeption und das Design der App festhalten. So könnten Kosten durch Fehlentwicklungen vermieden werden.

Nähere Details erhalten Sie auf der Website der Agentur unter www.scheidtweiler-pr.de



Die Kampagne in der PR

<https://www.youtube.com/watch?v=FrOCp2IPiHI>

Portrait

Hintergrund zu Scheidtweiler PR:

Scheidtweiler PR ist eine inhabergeführte Agentur für strategische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit aus Bremen.

Kunden sind vorrangig mittelständische Unternehmen im norddeutschen Raum.

Als Projektleitung übernimmt Scheidtweiler PR alle Aufgaben rund um Kommunikation von Unternehmen:

Pressemitteilung, Eventbegleitung, Layout, Homepage, Fanpage, Videos etc. Dazu greift die Agentur auf ein Netz von Fachleuten für unterschiedliche Aspekte der Public Relations zurück. Die Geschäftsfelder sind klassische Presse- und Öffentlichkeitsarbeit, Online PR, Social Media und Mobile Marketing.

Inhaber Nicolas Scheidtweiler ist seit 2005 in verschiedenen Funktionen in der Presse- und Öffentlichkeitsarbeit tätig. Er wirkte unter anderem an der PR-Strategie der NATO in Afghanistan mit.

<https://www.openpr.de/news/689386/Mobile-Marketing-als-Teil-der-PR-muss-geplant-sein.html>