

Kompaktkurs Public Relations

Das Blockseminar „Public Relations Kompaktkurs“ für Volontärinnen und Volontäre aus PR- und Presseabteilungen, Einsteiger und Umsteiger in Public Relations, Presse- und Öffentlichkeitsarbeit enthält folgende Seminare:

- Grundlagen der PR-Konzeption (Tage 1 und 2)
- Sprache und Stil (Tage 3 und 4)
- Einführung in die Pressearbeit, Pressemitteilungen texten, Pressekonferenzen organisieren (Tage 5 und 6)
- Social Media PR (Tage 7 und 8)
- Storytelling (Tage 9 und 10)
- Krisenkommunikation (Tage 11 und 12)

Die Beschreibung im Einzelnen:

1. Grundlagen der PR-Konzeption

Wie erzielt mein Unternehmen, meine Organisation, mein Projekt Aufmerksamkeit? Wie platziere ich meine Botschaften an den richtigen Stellen, um Vertrauen und Unterstützer zu gewinnen? Welche Maßnahmen helfen dabei? Welche Strategie ist erfolgversprechend?

Planvolles, systematisches Vorgehen mit klaren Konzepten auf den Grundlagen der PR bildet die wichtigste Voraussetzung für erfolgreiche Kommunikation.

Journalisten überzeugen, Mitarbeiter motivieren, die Kommunikation im Unternehmen verbessern? Das Image eines Unternehmens aufpolieren, eine ganz neue Corporate Identity entwickeln? Inhalte in klassischen oder neuen Medien vermitteln?

Am Anfang steht immer das PR-Konzept. Wenn das Ziel klar definiert ist, kann eine Strategie entwickelt werden, erfolgt die Auswahl geeigneter PR-Instrumente und -Maßnahmen.

Anhand von Praxisbeispielen und Übungen vermittelt die Dozentin, PR-Beraterin *Anna Hansen*, den Teilnehmern das Handwerkszeug zur Entwicklung von professionellen Kommunikationskonzepten und PR-Kampagnen.

Viele Tipps von Kommunikationsprofis, ein umfangreiches Handout für gelungene Public-Relations-Konzepte sowie praktische Checklisten helfen den Teilnehmern im Anschluss an das Seminar, die PR-Arbeit und die damit verbundenen PR-Konzepte effizient und erfolgreich zu gestalten.

Knesebeckstraße 74
10623 Berlin-Charlottenburg
t (0 30) 3 28 95 47 - 10
f (0 30) 3 28 95 47 - 11
info@bsjk-berlin.de
www.bsjk-berlin.de

Stand: Februar 2019

Geschäftsführer:
O. Jahn, J. Widmann

Handelsregister:
AB Berlin-Charlottenburg
HRB 155437B

Steuernummer:
37/181/22288

Bankverbindung:
Deutsche Bank PGK Berlin I
BLZ: 10070124
Kontonr.: 038 13 43 00
BIC/SWIFT: DEUTDEDB101
IBAN: DE20 1007 0124 0038 1343 00

2/...

2. Sprache und Stil

Texte müssen verständlich sein, sonst ist alles Schreiben umsonst. Das gilt für Newsletter- und Website-Texte genauso wie für Sponsorenbriefe und Pressemitteilungen. Doch wie wird ein Text klar und verständlich?

Dieses Seminar vermittelt den Teilnehmern, mit einfachen sprachlichen Mitteln Leser bei der Stange zu halten, gut lesbare Sätze zu formulieren, ein Thema auf den Punkt zu bringen und in Texte mit Schwung und Eleganz einzusteigen.

Die Dozentin, die Journalistin und Kommunikationsexpertin *Beate Krol*, gibt wertschätzendes Feedback, so dass die Teilnehmer ihre Schreibtechnik weiterentwickeln können.

Unter dem Motto: "Loslassen – über den Tellerrand schauen" gibt es zwischendurch immer wieder Übungen zum kreativen Schreiben, die Fertigkeiten und Tricks für den Alltag trainieren.

Die Teilnehmer sind eingeladen, vorab einen Text zu schicken, den die Dozentin analysiert.

3. Einführung in die Pressearbeit, Pressemitteilungen texten, Pressekonferenzen organisieren

Das Seminar skizziert die Grundlagen der Pressearbeit und vermittelt einen Überblick über die praktische Organisation des Alltags in den Unternehmen, das Netzwerken und den effektiven Einsatz von Pressekonferenzen, Hintergrundgesprächen und Newslettern. Die Teilnehmer erhalten eine Einführung in das Agenda Setting und die Krisen-PR und lernen, wie Erfolg in Public Relations gemessen wird.

Dozent ist *Rüdiger Scharf*, PR-Chef der DAK Gesundheit.

4. Social Media PR

Wie plane ich Social-Media-Konzepte richtig, wie setze ich die Kanäle effektiv und effizient ein? Wo liegen die Stärken und Schwächen meiner Marke bzw. meines Unternehmens? Über welche Strategie oder über welche Inhalte erreiche ich die gewünschte Zielgruppe? Wie kann ich mein Social-Media-Konzept an die Besonderheiten der einzelnen Plattformen wie Facebook oder Twitter oder meines eigenen Blogs anpassen? Welche Rolle spielt das Monitoring, wie verbessere ich dadurch mein Ranking bei Google? Diese Fragen stehen nach einem einführenden Überblick (60 Minuten) über die verschiedenen Social-Media-Kanäle im Mittelpunkt des Seminars.

.../3

Erfolgreiches Social-Media-Marketing im Internet funktioniert über Inhalte und ist meist das Ergebnis einer gründlichen strategischen Planung. Dieser Weiterbildung vermittelt den Teilnehmern das grundlegende Handwerkszeug für die Entwicklung von professionellen Social-Media-Kommunikationskonzepten auf allen Plattformen, von Facebook und Twitter bis zum eigenen Blog. Dabei werden Marketing-Strategien der Kommunikation und das Monitoring von Social-Media-Konzepten im Web analysiert und ausgewertet.

Die Teilnehmer erarbeiten anhand eines vorgegebenen Beispiels die einzelnen Elemente einer Social-Media-Konzeption wie

- Nullmessung
- Stärken-Schwächen-Chancen-Risiken-Analyse (SWOT)
- Zielsetzung
- Kanalauswahl (z. B. Facebook oder andere Social-Media-Kanäle)
- Content- und Kanalstrategie für zielgerichtetes Social-Media-Marketing ihrer Unternehmen
- Budget- und Ressourcenplanung

und erfahren, wie sie sie effizient einsetzen.

Tipps und Tricks von Social-Media-Profis sowie umfangreiche Theorie und praktische Übungen helfen den Teilnehmern, die Marketing-Möglichkeiten von Social-Media-Kommunikation zu nutzen.

Die Dozentinnen dieses Kurses alternieren, beide sind Social-Media-Beraterinnen mit hoher strategischer Kompetenz und Chefinnen ihrer eigenen Unternehmen, *Dajana Hoffmann* aus Berlin und *Nadja Amireh* aus Düsseldorf.

5. Storytelling

Fakten, Fakten, Fakten – oder Geschichten, Geschichten? Beides: Denn auch und gerade Fakten werden lieber gelesen und besser behalten, wenn wir sie in Geschichten erzählen. Das gilt für modernes Marketing ebenso wie für guten Journalismus.

Die Prinzipien des Storytelling zu kennen und anzuwenden ist hilfreich nicht nur für die Beschreibung von Schicksalen oder Ereignissen, etwa in einer Reportage oder einem Porträt, sondern auch für die Vermittlung von Sachverhalten oder wissenschaftlichen Erkenntnissen bis hin zu PR- und Werbebotschaften.

Im Seminar Storytelling geht es um Spannungskurven, Helden, Requisiten, narrative Haken, Wendepunkte, Schlüsselszenen und mehr.

Für alle, die ihre Geschichte besser erzählen möchten, die ihrem Unternehmen ein besseres Standing verschaffen möchten, ist Storytelling, das anschauliche Erzählen der Geschichte, ein Muss.

4/...

Die Dozentinnen für Storytelling sind abwechselnd die Journalistinnen *Cornelia Gerlach* und *Dr. Dorothee Nolte*, beide aus Berlin.

6. Krisenkommunikation

Wenn Chaos herrscht im Unternehmen, wenn die Dinge außer Kontrolle zu geraten drohen, dann ist die Krise nur noch schwer zu bewältigen. Dem kann man aber durch professionelle Krisenkommunikation vorbeugen.

Eine Störung oder ein Notfall wird meist durch ein plötzliches eintretendes Ereignis ausgelöst und kann für ein Unternehmen ohne funktionierendes Krisenmanagement existenzbedrohende Ausmaße annehmen. Notfälle verlangen vom Management schnelles, wirksames Handeln und transparente Kommunikation in den Medien, um Schadenprozesse zu stoppen, ehe das System zerstört wird. Im Notfall muss etwas getan werden, um Not abzuwenden.

Krise ist der Wendepunkt, an dem sich ein Geschehen zum Guten wie zum Schlechten wenden kann. Krise heißt, dass so lange nicht gehandelt werden sollte, bis ein Lösungsansatz für das Problem gefunden ist.

Die Bewältigung von Krisen ist kein Hexenwerk. Im Seminar lernen die Teilnehmer die Grundlagen des Krisenmanagements und der Krisenkommunikation kennen. Anhand eigener Erfahrungen oder mitgebrachter Szenarien erarbeiten sie unter Leitung des Dozenten, des früheren Bayer-Schering-Kommunikationschefs Mathias Claus, Bausteine und Botschaften für die individuelle Krisenkommunikation, erproben diese in Übungen und erlernen die Möglichkeiten der Krisenprävention und akuten Krisenkommunikation.