

In **5** easy Schritten mit deinem Business in die Medien ...

- auch wenn du noch nie zuvor PR gemacht hast
- oder bisher immer vergeblich auf eine Rückmeldung eines Journalisten gewartet hast





HALLO, ich bin Eva!

Ich arbeite bereits seit rund zwei Jahrzehnten im Bereich Public Relations.

Durch meine Arbeit, vorerst in einem börsennotierten Unternehmen und danach in einer internationalen Charity-Organisation, bin ich ausgesprochen gut mit Journalisten vernetzt – sowohl in Österreich, Deutschland, als auch international.

Ich weiß, wie Journalisten arbeiten und was sie wirklich brauchen. Und: ich möchte dir genau dies zeigen – denn es ist eigentlich ganz einfach.

Ich verstehe ganz genau, wie es dir geht: du bist selbstständig, bist vielleicht schon recht gut unterwegs, fühlst dich aber immer noch wie ein kleines Licht.

Ich zeige dir eine Methode, die du jederzeit umsetzen kannst, auch wenn du beruflich viel um die Ohren hast. Du brauchst dafür nicht einmal eine Pressemitteilung schreiben.

Du bist hier auch richtig, wenn du aktuell nicht weißt wie und wo mit Pressearbeit anfangen.

Ich bin mir bewusst, Innerlich spürst du es vielleicht ganz genau: wenn du in den Medien präsent bist, gewinnst du Glaubwürdigkeit, Vertrauen und Experten-Status – und ebenso neue Kunden.

Der Vorteil dadurch: du ziehst an deinen Mitbewerbern vorbei und musst deinen Preis nicht mehr verhandeln!

Das klingt toll? Also, zeig dich in den Medien und werde sichtbar! Ich möchte, dass du mit deinen Talenten das Leben vieler Menschen bereicherst.

GEMEINSAM machen wir die Welt
zu einem besseren Ort! Deal?

EINLEITUNG



„Mein Ziel:
Dich in den
Medien zu
sehen!“

PR ist eine WIN-WIN SITUATION für alle!

Du bist kein Bittsteller bei Journalisten. Du hast etwas zu geben! Journalisten brauchen dich – als Expertin – denn sie wollen ihren LeserInnen etwas Spannendes bieten und vergiss nicht: sie müssen ihr Blatt füllen.

Auch zu Weihnachten, auch im Sommer, auch in den Ferien. Wenn Du dir bewusst bist, was Journalisten brauchen, wie sie arbeiten, und wie sie ticken, dann ist das schon die halbe Miete!

Genau dafür habe ich dieses E-Book geschrieben. Es ist ein Leitfaden, wie du als Selbstständige Schritt für Schritt starke Pressearbeit machst.

Mein Ziel: Dich in den Medien zu sehen! Und, dass du eine gute Arbeitsbeziehung mit Journalisten aufbaust, sodass sie sich freuen wieder von dir zu hören.

Meine Arbeitsweisen und Strategien kostet nicht viel Zeit (und nicht viel Geld). Aber, TUN musst du es schon selber. **Deswegen reserviere dir jeden Tag etwa 30 Minuten und leg sofort los!**

Jetzt gehen wir es an: **5 Schritte, wie du** mit deinem Business **in die Medien kommst!**

1. SCHRITT

„Du als Person
musst im
Vordergrund
stehen!“

FINDE DEINE STORY.

Die meisten Unternehmer (und leider auch viele PR-Agenturen) machen den Fehler, dass sie Pressemitteilungen über Produkte oder Unternehmen an Journalisten ausschicken. Doch dafür interessieren sich Journalisten einfach nicht!

Das, was Medien wirklich interessiert, sind Geschichten! Über dich, deine Expertise und deinen Standpunkt.

Mich selbst fragen Journalisten immer wieder: „Kennst du jemanden, der ...?“ oder „Hast' a gute G'schicht für mich?“

Es ist ja wie verhext! Es gibt so viele Menschen, die in den Medien präsent sein wollen. Doch auf der anderen Seite, suchen viele Journalisten händeringend nach Stories, Querdenkern und Experten!

Daher: wenn du verstehst, was Journalisten brauchen, ist PR ganz einfach!

Was du tun musst, ist: Gehe mit deiner persönlichen Geschichte hinaus. Sprich' über dich, und was du erlebt hast - was dich motiviert, was dich wütend macht.

Du als Person musst im Vordergrund stehen! Natürlich kannst (und sollst!) du dein Produkt, deine Dienstleistung, dein Unternehmen, dein Event, dein Projekt mit einfließen lassen.

Aber warte noch damit, bis du tatsächlich interviewt wirst, anstatt es unmittelbar zum Hauptfokus deines Themenvorschlags zu machen. •

2. SCHRITT



„Wer ist meine
Zielgruppe?
Was liebt er/sie?
Was fehlt ihm/
ihr?“

FINDE DIE FÜR DICH RICHTIGE ZEITUNG.

Klar wäre es toll, in einem „fancy“ Hochglanzmagazin präsent zu sein. Aber willst du nicht lieber dorthin wo deine Kunden wirklich sind?

Deswegen frage dich als Erstes: Wer ist meine Zielgruppe? Was liebt er/sie? Was fehlt ihm/ihr? Welche Probleme, Wünsche, Bedürfnisse haben meine Kunden?

Und weißt du was? Die meisten Selbstständigen haben sich noch nie ausreichend Gedanken darüber gemacht! Das ist fast fatal! Dann ist dir eigentlich nicht bewusst, wie deine potentiellen Kunden ticken und wie du sie mit Öffentlichkeitsarbeit erreichst!

Frage dich auch: Welche Medien konsumieren sie? Und dann raus mit einem passgenauem Themenvorschlag an einen passenden Journalisten!

Mach nicht den Fehler und schreibe eine Pressemitteilung über die Vorteile deiner Dienstleistung oder deines Produkts!

Die Themenauswahl erfolgt am besten über die Probleme, Wünsche und Bedürfnisse deiner Kunden!

3. SCHRITT

„Für Journalisten
ist nichts abturnender
als E-Mails à la:
Bitte drucken Sie diese
Pressemitteilung ab“

MACH DEINE HAUSÜBUNG:

RECHERCHIERE DEINEN ANSPRECHPARTNER!

Nimm eine Zeitung zur Hand. Setze dich unbedingt mit dem Wunschmedium auseinander, in dem du vorkommen möchtest!

Für Journalisten ist nichts „abturnender“ als E-Mails à la „Bitte drucken Sie diese Pressemitteilung ab“. Delete! Das ist respektlos. Journalisten schreiben die Texte, das ist ihr Job!

Wenn ein Journalist merkt, das ist kein Massenmail, sondern du hast dich mit ihm, seiner Arbeit und seinem Medium auseinandergesetzt, hast du schon so gut wie gewonnen.

Deswegen schau genau hin: Welche Themen behandelt dein Wunschmedium? Schau dir die Überschriften genau an! Welches Ressort passt zu dir und zu deiner Expertise? Nutze den genauen Namen des Ressorts in deiner Email: Gesundheit? Wissenschaft? Leben?

Wo tauchen in der Zeitung regelmäßig ähnlich gelagerte Experten auf? Und wo kannst du mit deiner Expertise für den Lesern (also deinen potentiellen Kunden!) etwas beitragen?

4. SCHRITT

„Wenn du dem richtigen Journalisten das richtige Thema anbietest, wirst du es in das Medium schaffen!“



FINDE DEINEN ANSPRECHPARTNER!

Jetzt wo du weißt, welches Thema du einem Journalisten anbietest und wo dies im Heft/Titel vorkommen kann, ist der nächste Schritt, den richtigen Redakteur ausfindig zu machen.

Wenn ich mit Journalisten spreche, dann erzählen sie mir immer das Gleiche: sie bekommen täglich viel zu viele E-Mails! Die meisten werden ungelesen gelöscht!

Warum? Weil der Absender den falschen Ansprechpartner anschreibt und das vorgeschlagene Thema bzw. die Pressemitteilung nicht in die Zuständigkeit des Redakteurs fällt!

Wenn du dem richtigen Journalisten das richtige Thema anbietest, nämlich ein Thema, das in seinen Zuständigkeitsbereich fällt, wirst du es sehr wahrscheinlich in das Medium schaffen!

Denn Journalisten bekommen äußerst selten solch inhaltlich konkrete Vorschläge!

Also, ein Blick auf den Artikel, ins Impressum oder auf die Webseite hilft, den richtigen Namen zu finden. Am schnellsten geht es, wenn du direkt in der Redaktion nachfragst.

5. SCHRITT

„Lass die Einleitung weg.
Komm gleich auf
den Punkt
und schlage dein
Thema vor.“

SCHREIBE EIN KURZES, KNACKIGES EMAIL.

Das Journalisten-Leben ist wirklich nicht einfach. Redaktionen müssen Personal einsparen, es gibt wenig Zeit für ausgiebige Recherchen, Deadlines im Nacken, Hunderte Mails durchschauen, Geschichten suchen ... uvm.

Mach es dem Redakteur doch einfach. Anstatt eine (meist langweilige) Pressemitteilung zu schicken, fasse dich doch einfach kurz!

Lass die Einleitung weg. Komm gleich auf den Punkt und schlage dein Thema vor - zieh' damit die Aufmerksamkeit auf dich. Worum geht's in deinem Vorschlag? Was ist das Kernproblem, das du löst? Was ärgert dich am meisten in deiner Branche?

Herrlich erfrischend für den Empfänger! Eine Geschichte! Kurz und knackig auf dem Silberteller präsentiert!

Und ja, deine Kontaktdaten hast du auch gleich mitgesendet.

Dann steht einer schnellen Recherche und einer unkomplizierten Kontaktaufnahme nichts mehr im Weg!

FAME !



Du willst
im GROSSEN STIL
bekannt werden?

Dann ist mein PR-Gold-Club genau richtig für dich!

Ich habe bereits zahlreichen Unternehmerinnen und Solopreneurinnen geholfen, eine großartige und weitreichende Medienberichterstattung zu erhalten.

Sie alle wollten so richtig durchstarten, ihr Licht nicht mehr unter den Scheffel stellen, in der Welt etwas Positives bewegen und ihren Kunden helfen.

Für JEDE gibt es einen passenden Weg, der zu Persönlichkeit und Expertise passt und sich gut anfühlt. Das ist das Hauptaugenmerk in meinem Mediencoaching und **garantiert den Erfolg** meiner Kundinnen.

In 10 Wochen können wir gemeinsam an deiner PR arbeiten.

Wir können gemeinsam so richtig viel für dich erreichen:

Ein ausführliches Podcastinterview, einen großen Artikel über dich in der für dich passenden Zeitung, ein Beitrag im Fernsehen ... uvm.

Ich zeig dir wie es geht!

Dein erster Schritt: buche ein **kostenfreies** PR-Strategiegespräch.

Zur bequemen Terminauswahl kommst du hier:

www.evaprimavesi.com/termin

Warte nicht zu lange, sondern **ZIEHE AN DEINEN MITBEWERBERN ENDLICH VORBEI!**

Alles Liebe, **EVA**

FEEDBACK:

Hat dir das
E-Book gefallen?
Ist es ein Mehrwert
für dich?



ICH FREUE MICH ÜBER DEIN FEEDBACK!

Bitte schick mir ein Mail an: info@evaprimavesi.com

DU WILLST MEHR ÜBER PR WISSEN?

Dann komme in meine **kostenlose Facebook-Gruppe Journalisten neugierig machen!**

www.facebook.com/groups/journalistenneugierigmachen

Da bist du unter Gleichgesinnten und ich gebe ich laufend Tipps und Tricks zum Thema Pressearbeit preis.

Impressum

MMag. Eva Primavesi
Sobieskigasse 25/11
1090 Wien
Österreich

Kontakt

Telefon: +43 699 111 75 081
E-Mail: info@evaprimavesi.com
www.evaprimavesi.com

Wirtschafts-ID: ATU72152216