

Suche

Artikel, News, Firmen,... Suchen

[Erweiterte Suche](#)

01. JULI 2014

Tipps für B2B-Marketing & Public Relations



Für nützliche Tipps in B2B-Marketing & Public Relations konnten wir mit ofischer communication die führende Agentur für Technik-PR als Kooperationspartner gewinnen. Inhaber Oliver Fischer, M.A. Kommunikationswissenschaft, setzt in seinen Beiträgen auf "Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen" und widmet sich insbesondere der B2B-Kommunikation im Industrie- und Investitionsgüter-Bereich.

Unser Archiv wächst stetig - kommen Sie regelmäßig vorbei, um immer die aktuellsten Tipps zu lesen.

Bleiben Sie auch mit unserem wöchentlichen Branchen-Newsletter auf dem Laufenden. So werden Sie sofort über neue Tipps informiert:

[» Hier geht's zur Newsletter-Anmeldung!](#)

Letzte Kommentare

- **Control – Inspecvisio...**
"Wo Schnelligkeit und Präzision zählen. Mehr Infor..."
- **Usetec: Weltmesse für...**
"Wer Lesen kann ist klar im Vorteil! Die Messe öff..."
- **Usetec: Weltmesse für...**
"Geht es in der Meldung nicht um die Messe in 2014..."

- » Messetermine
- » Veranstaltungsplaner
- » Videos
- » Firmenporträts
- » Buchtipps
- » Glossar
- » Marketing-Tipps**
- » Business und Karriere

Newsletter abonnieren

E-Mail-Adresse

- [Jetzt kostenlos eintragen](#)
- [Zum Newsletter-Archiv](#)

Aktuelle Ausgaben



- » Editorial
- » 1 Frage - 3 Antworten
- » Interview / Kennametal
- » Mehr Wissen
- » Fakten - Wolfram

Archiv

- Newsarchiv
- Fachartikel
- Produktmeldungen

Partner



B2B-Marketing-Tipps

Berühmt in nur einem Jahr

Erfolgreiche Pressearbeit für Industriegüter - auf Deutsch und international Kein Zweifel, eine gut konzipierte Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit ist wichtig für Industrieunternehmen. Im B2B-Marketing bietet sich vor allem die deutsche und internationale Fachpresse als Kommunikationsplattform an. Wer die Wünsche und Bedürfnisse der Journalisten kennt und bedient, macht durch professionelle Pressearbeit seine Produkte bekannter - und wird so am Markt noch erfolgreicher.

[weiterlesen...](#)

ANZEIGE

Kommunikation im Test

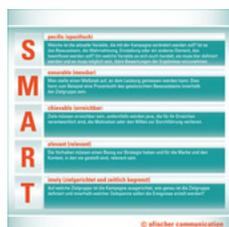
Marketinganalyse: Neuer, umfassender Service von ofischer communication ofischer communication, die Bonner Agentur für Emotionale Public Relations™, hat ihr Leistungsspektrum um einen neuen, effizienzsteigernden Service erweitert. Ab sofort können Unternehmen sämtliche Kommunikationsmaßnahmen von der b2b-Agentur durchchecken lassen. Der Service ist äußerst flexibel: Je nach Kundenwunsch kommen einzelne Medien oder Maßnahmen inklusive strategischer Ausrichtung oder gleich das komplette Kommunikationskonzept auf den Prüfstand.

[weiterlesen...](#)



Endlich professionelle b2b-Fotos im Bildarchiv - international und doch bezahlbar

PR-Agentur ofischer setzt auf internationales Journalisten-Netzwerk Die meisten Marketingentscheider und PR-Manager sind sich der Problematik bewusst: In der Industriegüter-PR fehlen lebendige, hochwertige Fotos. Kundenreportagen und Successstories werden rasch zu unüberwindbaren Hürden. Schließlich sind die häufig vom Vertrieb gelieferten Fotos und Videos für eine professionelle PR-Arbeit fast nie verwendbar. Doch das Argument, für professionelle Industriefotos und Industrievideos reiche das PR-Budget nicht aus, zählt nicht länger. Denn ofischer communication hat mit seinem internationalen Foto- und Videonetzwerk jetzt eine bezahlbare Lösung für attraktive Industriefotos und Industrievideos parat. [weiterlesen...](#)



2. Teil: Internationalisierung im Industriegütermarketing - die Herausforderung annehmen

Wie Unternehmen ihr internationales Marketing kommunikativ erfolgreich aufstellen können **Messbare und realistische Ziele setzen** Ergeben sich aus der Status quo-Analyse viele Ziele für die internationale Marketingkommunikation und wird es eher unübersichtlich, helfen die fünf SMART-Kriterien, eine Auswahl zu treffen: Ziele sollten demnach spezifisch, messbar, aktionsorientiert, realistisch und terminierbar

gesetzt werden. Große, langfristige Ziele sollten in kleinere Teilziele aufgesplittet werden, so werden sie planbar und überprüfbar. Teilziele helfen auch, die Richtung zu überprüfen und

gegebenenfalls zu korrigieren, wenn der Etappensieg sich nicht einstellt. [weiterlesen...](#)



1. Teil: Internationalisierung im Industriegütermarketing - die Herausforderung annehmen

Wie Unternehmen ihr internationales Marketing kommunikativ erfolgreich aufstellen können Ist die Welt wirklich schon ein globales Dorf? Oftmals vermitteln ein Internet und TV bei wichtigen politischen und wirtschaftlichen Ereignissen genau diesen Eindruck. Doch im internationalen

Industriegütermarketing geht es um die Kommunikation von Fachinhalten, da ist strategische Planung gefragt, mit

anschließender stringenter Umsetzung auf lokaler Länderebene. Wer nun als erstes an nationale Mentalitätsunterschiede in den Zielgruppen der einzelnen Länder denkt, liegt nicht verkehrt. Doch im ersten Schritt ist es viel wichtiger, sich einige Leitfragen beantworten zu können: „Was ist unser Ziel in der internationalen Kommunikation, und was wollen wir eigentlich genau erreichen?“ Diese Fragestellung führt schnell zum „Wo wollen wir es erreichen, welche Länder genießen strategischen Rang, mit welchen können wir noch warten?“. [weiterlesen...](#)



Industriegüter-PR: Zusammenarbeit mit b2b-Agenturen leicht gemacht

Effizientes Vorgehen für Industrie-Auftraggeber und b2b-Agenturen Industrieunternehmen setzen bei vielen Kommunikationsaufgaben auf externe PR-Agenturen. Doch welche PR-Agentur bringt den erwünschten Erfolg für meine b2b-Maßnahmen? Wie kann man Top-Dienstleister von gut getarnten Scharlatanen unterscheiden? ofischer communication®, der Spezialist für Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen™, bietet Entscheidungshilfen. [weiterlesen...](#)



Best-Practice im Marketing- und PR-Alltag: Danke sagen!

Im Marketing geht es hin und wieder drunter und drüber. Und das hauptsächlich intellektuell. Ständig werden knifflige Themen diskutiert, Kampagnen konzipiert, schwierige technische Texte generiert. Daher kommen die einfachen, zwischenmenschlichen Dinge manchmal leider zu kurz. Dabei kann Beziehungspflege so einfach sein. [weiterlesen...](#)



Internationale Mediaplanung und Mediaeinkauf – Entlastung durch Mediaagenturen

Günstige Anzeigenpreise, totale Kostenkontrolle und maximale Rabatte – die Wünsche der Marketing- und Werbeabteilungen bei Mediaplanung und Mediaeinkauf sind nachvollziehbar. Doch eine Quadratur des Kreises ist leider nicht gänzlich möglich. Bei Planung und Einkauf von Onlinewerbung und Printanzeigen bietet sich das gängige Ertragsmodell an, bei dem sich die Mediaagentur aus den erzielten Rabatten finanziert. Bei manchen sehr großen Werbebudgets erhält der Kunde eine anteilige Rückvergütung. [weiterlesen...](#)



Imagegewinn durch Speaker Opportunities und Executive Positioning

So platzieren Sie Ihr Management optimal! Die Zuhörer lauschen gespannt, wollen mehr über die Praxiserfahrungen des Redners erfahren. Vorstände, Geschäftsführer und Bereichsleiter sitzen im Auditorium. Der Redner, Geschäftsführer eines großen Maschinenbauunternehmens, steht locker da und erzählt. Von seinem

Industriegüterunternehmen. Von den Innovationsanstrengungen für den erfolgreichen Turnaround. Und von den Zielen, die es zu erreichen gilt. Zum Ende seiner Rede verabschiedet ihn das Publikum mit begeistertem Applaus. [weiterlesen...](#)



Online-PR für Industriegüter und b2b

Ein Plädoyer für stringente und integrierte PR-Konzepte im Onlinebereich. Auch Hersteller von Industriegütern setzen mittlerweile auf prägnante Marketingstrategien. Dabei spielt Online-PR für technische B2B-Themen eine immer wichtigere Rolle. Schließlich geht es um erklärungsbedürftige Produkte, die sich im Web, eventuell sogar multimedial, besonders gut beschreiben lassen. [weiterlesen...](#)

Suche

Artikel, News, Firmen,... Suchen

[Erweiterte Suche](#)

Letzte Kommentare

- [Control – Inspecvisio...
"Wo Schnelligkeit und Präzisi-
on zählen. Mehr Infor..."](#)
- [Usetec: Weltmesse für...
"Wer Lesen kann ist klar im
Vorteil! Die Messe öff..."](#)
- [Usetec: Weltmesse für...
"Geht es in der Meldung nicht
um die Messe in 2014..."](#)

- [» Messetermine](#)
- [» Veranstaltungsplaner](#)
- [» Videos](#)
- [» Firmenporträts](#)
- [» Buchtipps](#)
- [» Glossar](#)
- [» Marketing-Tipps](#)**
- [» Business und Karriere](#)

Newsletter abonnieren

E-Mail-Adresse Los

[Jetzt kostenlos eintragen](#)

[Zum Newsletter-Archiv](#)

Aktuelle Ausgaben



- [» Editorial](#)
- [» 1 Frage - 3 Antworten](#)
- [» Interview / Kennametal](#)
- [» Mehr Wissen](#)
- [» Fakten - Wolfram](#)

Archiv

- [» Newsarchiv](#)
- [» Fachartikel](#)
- [» Produktmeldungen](#)

Partner



Tipps für B2B-Marketing & Public Relations

01. JULI 2014



Für nützliche Tipps in B2B-Marketing & Public Relations konnten wir mit ofischer communication die führende Agentur für Technik-PR als Kooperationspartner gewinnen. Inhaber Oliver Fischer, M.A. Kommunikationswissenschaft, setzt in seinen Beiträgen auf "Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen" und widmet sich insbesondere der B2B-Kommunikation im Industrie- und Investitionsgüter-Bereich.

Unser Archiv wächst stetig - kommen Sie regelmäßig vorbei, um immer die aktuellsten Tipps zu lesen.

Blieben Sie auch mit unserem wöchentlichen Branchen-Newsletter auf dem Laufenden. So werden Sie sofort über neue Tipps informiert:

» [Hier geht's zur Newsletter-Anmeldung!](#)

B2B-Marketing-Tipps



Erfolgreiche Pressearbeit - der richtige Umgang mit Redaktionen und Journalisten

Kaum ein Unternehmen verzichtet heute noch auf gut konzipierte PR-Arbeit. Auch kleine und mittelständische Unternehmen setzen zunehmend auf die verschiedenen Maßnahmen der Pressearbeit, um sich Ihren Zielgruppen als vertrauenswürdiger Partner vorzustellen und dieses positive Image langfristig aufrecht zu erhalten. Für eine erfolgreiche Pressearbeit mit verschiedenen Einzelmaßnahmen sind einige Grundregeln zu beachten: [weiterlesen...](#)

ANZEIGE



2. Teil: Es ist hohe Zeit - neue Strukturen im B2B-Marketing

2. Teil: Es ist hohe Zeit - neue Strukturen im B2B-Marketing. Ein Marketing-, PR- oder auch Kommunikationskonzept stellt die Erlösung für alle Getriebenen im Marketing dar. Es startet mit einer Status quo-Analyse, auch Ist-Analyse. Für die Ist-Analyse werden alle kommunikationsrelevanten Unternehmensdaten zusammengetragen. Dazu müssen die Fakten auf den Tisch, auch wenn sie manchmal gar nicht so erfreulich sind. Die Frage „Wo stehen wir gerade?“ hilft bei der Lösung dieser Aufgabe. Sind alle positiven und negativen Aspekte des eigenen Unternehmens notiert (dazu gehört auch die Bewertung der bisherigen Marketingarbeit), zeigt sich schnell, auf welche Stärken und Schwächen die

Marketingkonzeption eingehen muss. Aus der fundierten Analyse der Unternehmenssituation lassen sich bereits einige Soll-Vorstellungen ableiten. Diese werden in der strategischen Phase konkretisiert. Oftmals finden die Beteiligten in einem ersten Workshop zur Situationsbestimmung und Lageorientierung sogar heraus, dass sie nicht wissen, in was für einem Unternehmen sie arbeiten. Mit anderen Worten: Das Unternehmen kann die Frage nach dem "Wer bin ich, und wofür stehe ich?" nicht hinreichend beantworten. [weiterlesen...](#)



1. Teil: Es ist hohe Zeit - neue Strukturen im B2B-Marketing

Vom hektisch getriebenen Ad hoc-Vorgehen zum geplanten, messbaren Marketingkonzept. "Die Zeit ist neugierigenschwanger; stündlich gebiert sie eine", wusste



schon William Shakespeare. Das ist auch in modernen Industrieunternehmen nicht anders. Es gibt viel zu sagen, ständig passiert etwas Neues. Doch viele Marketinmanager leiden an Zeitmangel. Vor ihnen türmt sich ein riesiger Aufgabenberg, der immer nur wächst. Vom Werbekugelschreiber bis zum Geschäftsbericht - sie scheinen für alles zuständig. So bleibt ihnen scheinbar nur eines übrig: Dort zu löschen, wo die Flammen besonders stark lodern und ansonsten zu hoffen, dass es schon gut gehen wird. Eine ewige Hetze, aus der es nur vermeintlich keinen Ausweg gibt. Und das gilt nicht nur für Marketingentscheider im Maschinen-, Anlagen- und Werkzeugbau. [weiterlesen...](#)

Onlinemarketing im Maschinenbau - eine Bestandsaufnahme

Studie zeigt mangelnde Professionalisierung und große Chancen. "In der Studie haben wir nicht wenige Unternehmen gefunden, denen wahrscheinlich selbst nicht bewusst ist, dass sie für Suchmaschinen und damit für den Großteil neuer Kunden unsichtbar sind." So steht es in der aktuellen Studie des eBusiness-Lotsen Südwestfalen-Hagen zum Online-Marketing von Maschinenbauern. In Zusammenarbeit mit dem Netzwerk Maschinenbau, NEMAS, fanden die eBusiness-Lotsen heraus, dass es zudem bei der Suchmaschinenoptimierung (SEO) hapert. So werden viele Sites unter Begriffen wie "GmbH", "Startseite" oder "Unternehmen" gefunden, obwohl der potenzielle Käufer natürlich nach Begriffen im Kontext Maschinenbau sucht. Entsprechend ist die Chance gefunden zu werden, für diese Maschinenbauer gleich Null.

[weiterlesen...](#)

Weblog versus Pressemitteilung

ofischer communication nennt Chancen und Risiken bei der Einbindung von Blogs. Was sind eigentlich Blogs? Worin unterscheiden sie sich von Pressemitteilungen? Und wer ist prädestiniert dafür, Pressemitteilungen zu schreiben oder Blogs ins Leben zu rufen? Die Kölner PR-Agentur ofischer communication kennt die Antworten. Sie ist Spezialist für Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen™ und hat die möglichen Verknüpfungen von Pressemitteilungen und Weblogs erkundet.

[weiterlesen...](#)



Die richtige Werbeagentur für b2b und Industriegüter finden

Auswahl und Zusammenarbeit mit B2B-Agenturen. Kreative Werbeagenturen für technische B2B-Themen in der Industrie befassen sich für ihre b2b-Kunden mit Messewerbung, kreativen Standkonzepten für Industriegüter, spannenden Anzeigenmotiven und flotten Werbetexten. Natürlich dürfen fesselnde Kundenmagazine, Produktvideos, Imagebroschüren und aufmerksamskeitsstarke Produktkataloge nicht fehlen. Full Service in der b2b-Werbung eben! [weiterlesen...](#)



Effizienzsteigerung in der Unternehmenskommunikation

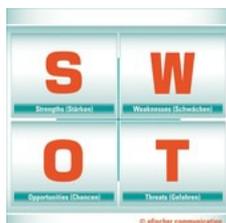
Mit dem „Single Source – Multiple Media“ Prinzip Synergien nutzen. Ein Werkzeug mit mehreren Anwendungen ist kostengünstiger als mehrere Werkzeuge mit jeweils nur einer Anwendung. Genauso ist es in Public Relations und Unternehmenskommunikation: Ein Thema, das in mehreren Medien genutzt wird, rechnet sich stärker als viele Einzelthemen, die jeweils nur einmal erscheinen.

„Single Source – Multiple Media“ heißt deshalb das Prinzip, das Unternehmen im B2B-Marketing helfen kann, sowohl bei der externen als auch bei der internen Kommunikation effiziente Wege zu gehen. [weiterlesen...](#)



Ohne Plan läuft gar nichts – das Handwerkszeug des Industriegüter-Marketings

Spektakuläre PR-Inszenierungen von Topunternehmen fallen auf, sie repräsentieren aber nicht den Alltag der PR-Arbeit. Die Verankerung eines Unternehmens in den Köpfen der Menschen ist zumeist nicht das Resultat einzelner Aktionen, sondern der Planung vorab. Entscheidend ist der strategische Überbau und „handwerklich“ saubere Ausführung. [weiterlesen...](#)



Internationales Industriegütermarketing

Wie Unternehmen ihr internationales Marketing kommunikativ erfolgreich aufstellen können. Fragenkatalog für ein erfolgreiches internationales Industriegütermarketing. [weiterlesen...](#)

Suche

Artikel, News, Firmen,... Suchen

[Erweiterte Suche](#)

Letzte Kommentare

- [Control – Inspecvisio...
"Wo Schnelligkeit und Präzisi-
on zählen. Mehr Infor..."](#)
- [Usetec: Weltmesse für...
"Wer Lesen kann ist klar im
Vorteil! Die Messe öff..."](#)
- [Usetec: Weltmesse für...
"Geht es in der Meldung nicht
um die Messe in 2014..."](#)

- [» Messetermine](#)
- [» Veranstaltungsplaner](#)
- [» Videos](#)
- [» Firmenporträts](#)
- [» Buchtipps](#)
- [» Glossar](#)
- [» Marketing-Tipps](#)**
- [» Business und Karriere](#)

Newsletter abonnieren

E-Mail-Adresse

[Jetzt kostenlos eintragen](#)

[Zum Newsletter-Archiv](#)

Aktuelle Ausgaben



- [» Editorial](#)
- [» 1 Frage - 3 Antworten](#)
- [» Interview / Kennametal](#)
- [» Mehr Wissen](#)
- [» Fakten - Wolfram](#)

Archiv

- [» Newsarchiv](#)
- [» Fachartikel](#)
- [» Produktmeldungen](#)

Partner



Tipps für B2B-Marketing & Public Relations

01. JULI 2014



Für nützliche Tipps in B2B-Marketing & Public Relations konnten wir mit ofischer communication die führende Agentur für Technik-PR als Kooperationspartner gewinnen. Inhaber Oliver Fischer, M.A. Kommunikationswissenschaft, setzt in seinen Beiträgen auf "Emotionale Public Relations für erklärungsbedürftige Themen" und widmet sich insbesondere der B2B-Kommunikation im Industrie- und Investitionsgüter-Bereich.

Unser Archiv wächst stetig - kommen Sie regelmäßig vorbei, um immer die aktuellsten Tipps zu lesen.

Blieben Sie auch mit unserem wöchentlichen Branchen-Newsletter auf dem Laufenden. So werden Sie sofort über neue Tipps informiert:

[» Hier geht's zur Newsletter-Anmeldung!](#)

B2B-Marketing-Tipps



Teil 3: Suchmaschinenoptimierung (SEO) für b2b und Industriegüter – ein beispielhafter Projektlauf

Suchmaschinenoptimierung (SEO) wird von manchen PR- und Marketingagenturen bereits als die neue Public Relations gehandelt. Ob sie damit Recht behalten, scheint fraglich. Schließlich ist die suchmaschinengerechte Struktur einer Website nicht gleichbedeutend mit spannendem Storytelling. Andererseits wäre es sicherlich klug, PR-Stories suchmaschinenoptimiert anzulegen und auf die eigene Homepage zu stellen. So oder so gilt es bei der Suchmaschinenoptimierung im b2b und in der

Industriegüterbranche gewisse Standards zu beachten. [weiterlesen...](#)

ANZEIGE



Teil 2: Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Industriegüter - eine b2b-Einführung

Von Suchmaschinenoptimierung (SEO) im b2b-Marketing für Industriegüter haben die meisten PR-Manager und Marketingentscheider schon gehört. Irgendwie soll es dabei um Rankings in den Suchmaschinen gehen. Also darum, wie man mit seinem b2b-Unternehmen und Industrieprodukten auf den vorderen Plätzen landet. Am besten unter den Top Ten - natürlich ganz ohne Werbung. Man muss also kein Anzeigenbudget für Google reservieren. Oder besser doch?

[weiterlesen...](#)



Teil 1: Suchmaschinenoptimierung (SEO) für Googleversteher!

Wie Industrieunternehmen ihren Webauftritt, also die Startseite, aber auch alle Unterseiten, für die Suchmaschinen optimal auffindbar machen können. So lassen sich Wettbewerbsvorteile erzielen, wenn das eigene Unternehmen und nicht die Wettbewerbsprodukte gefunden werden.

[weiterlesen...](#)



Erfolgreiche Fachpressearbeit im Industriegütermarketing

Der richtige Umgang mit Redaktionen und Journalisten - im



deutschsprachigen Raum und international. Kein Zweifel, eine gut konzipierte Public Relations und Öffentlichkeitsarbeit im B2B-Marketing, speziell im Industriegütermarketing, ist wichtig. Auch mittelständische Unternehmen setzen inzwischen auf die verschiedenen Maßnahmen der Fachpressearbeit, um sich ihren Zielgruppen als vertrauenswürdiger Partner vorzustellen und langfristig ein positives Image aufzubauen. Und zwar im deutschsprachigen Raum und international. Allerdings gibt es eine Menge Stolperfallen, die kostenintensiv sind, ohne die gewünschte Wirkung zu bringen. Hier gilt: Wer die Grundregeln der Pressearbeit beherrscht, muss nicht lange auf den Erfolg warten. [weiterlesen...](#)



Die gute Idee reicht nicht

Markenentwicklung als Marktchance für mittelständische Unternehmen. Jeder kennt sie und ihr Wert ist mittlerweile nur noch in Mrd. zu messen – Weltmarken. Kürzlich besaß beispielsweise Coca Cola einen Markenwert von knapp 78 Milliarden US-Dollar - und war somit eine der stärksten Marken der Welt (Quelle Interbrand). Doch wie wird der Wert einer Marke berechnet und wie können auch mittelständische Unternehmen von einem eigenen starken Markenwert profitieren? [weiterlesen...](#)



Weitere Fachportale der Henrich Publikationen GmbH:

- | | | | |
|--|---|---|---|
| <p>automation
 www.automationnet.de
 Montagetechnik
 Prozessautomation
 Elektrische Automatisierungstechnik</p> | <p>bbr
 www.bbr.de
 Bleche
 Rohre
 Profile</p> | <p>>energiespektrum
 www.energiespektrum.de
 Energemarkt
 Regenerative Energien
 Kraftwerke</p> | <p>g+h
 www.guh-elektro.de
 Gebäudetechnik
 Installation
 Lichttechnik</p> |
| <p>I-Quadrat
 www.iquadrat-magazin.de
 Intelligente Instandhaltung online
 Studien</p> | <p>:K
 www.k-magazin.de
 Konstruktion
 Design
 Entwicklung</p> | <p>logistik journal
 www.logistik-journal.de
 Transportlogistik
 Intralogistik
 Supply Chain</p> | |

Unsere Partnerportale rund um Industrie und Technik:

- | | | |
|--|--|---|
| <p>Form+Werkzeug
 HANSER automotive
 Kunststoffe
 Kunststoffe_TV</p> | <p>Kunststoffe international</p> | <p>QZ Qualität und Zuverlässigkeit
 WB Werkstatt + Betrieb
 Zuliefermarkt</p> |
|--|--|---|