

Presseinformation 01/2013

PR-Konzeption 2013

Mobile Marketing muss geplant sein

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 darin 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 Kommunikationsstrategie eines Unternehmens passen.“ Daher sei es sinnvoll schon zu Jahresbeginn die Presse- und Öffentlichkeitsarbeit zu planen.

Dazu sei im ersten Schritt eine fundierte Analyse der derzeitigen Kommunikation und Festlegung des Budgets notwendig. Im zweiten Schritt folge die strategische Ausrichtung, 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 Investition, die sich lohnen muss“, Scheidtweiler weiter.

Im dritten Schritt gehe es schließlich um die konkrete Planung der verschiedenen Kommunikationsmaßnahmen, wie Pressearbeit, Anzeigenschaltung 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.

Scheidtweiler PR hat dazu ein Angebot für Unternehmen entwickelt. Nähere Details erhalten Sie auf der [Website](#) der Agentur.

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.

Kontakt:

Nicolas Scheidtweiler
H.-H.-Meier-Allee 72
28213 Bremen

+49 (0) 421. 16889187

+49 (0) 151. 27506385

presse@scheidtweiler-pr.de

www.scheidtweiler-pr.de