

PR-Check

HINTERFRAGT WERDEN:

- **die Positionierung des Unternehmens**
Wie und durch was hebt sich das Unternehmen von anderen ab, was macht es einzigartig?
- **die Vermarktung**
Auf welchen Wegen kommen die Produkte/Dienstleistungen an den Kunden?
- **die bestehenden Werbemaßnahmen**
Wird das Geld derzeit sinnvoll ausgegeben?
- **die zukünftigen Aktivitäten**
Wohin will sich das Unternehmen entwickeln?

PROZEDERE:

A. Analysegespräch

mit dem Unternehmer.

B. Ergebnisbericht und Präsentation

Nach 14 Tagen erhält der Kunde folgende Auswertung:

1. Ergebnisblatt: Beurteilung des Unternehmens.
2. Ideenkatalog : Welche Maßnahmen sollten ergriffen werden?
3. Maßnahmenkatalog: Wann und wie sollten die Maßnahmen eingesetzt werden?
4. Kostenschätzung

DER PR-CHECK WENDET SICH AN:

- Jungunternehmer
- Selbständige (Ich-AG´s)
- Personen, die sich gerne Selbständig machen möchten
- Kleinunternehmen

Rechtlicher Hinweis: der PR-Check ersetzt keinen Unternehmensberater und keinen Coach. Er bezieht sich rein auf die Werbe- und PR-Maßnahmen des Unternehmens.