

PR-Konzept: Vorlage

Egal, ob Sie auf eine förmliche Ausschreibung (RFP) antworten möchten, die auf einer Public Relations (PR) Website beworben wurde, oder ob Sie ein PR-Konzept für Ihr eigenes Unternehmen erstellen müssen: Diese Vorlage hilft Ihnen, ein klares, umfassendes PR-Konzept aufzusetzen. Falls Sie auf eine Angebotsanfrage antworten, stellen Sie sicher, dass diese Vorlage den geforderten Ansprüchen entspricht und passen Sie sie im Zweifel an.

HubSpot-Tipp: Sollten Sie bereits persönlich mit dem Kunden kommuniziert haben und wissen, wer der Hauptentscheidungsträger ist, können Sie darüber nachdenken, das Konzept mit einem entsprechenden Begleitschreiben einzuleiten. Das macht Ihre Präsentation persönlicher.

Executive Summary

Falls Ihr PR-Konzept mehr als ein paar Seiten umfasst, sollten Sie ein Executive Summary, also eine Zusammenfassung für Entscheidungsträger, hinzufügen. Diese bietet dem Leser einen Überblick über alle Abschnitte des Konzepts und sollte nicht länger als ein oder zwei Seiten sein.

HubSpot-Tipp: Für detaillierte Hinweise zur Erstellung eines Executive Summary können Sie auch die entsprechende HubSpot-Vorlage heranziehen.

Ausgangslage

Dieser Abschnitt sollte eine Zusammenfassung Ihrer Hintergrundrecherchen präsentieren. Beginnen Sie mit einer kurzen Darstellung des Status quo Ihrer Branche. Listen Sie hier die wesentlichen Akteure und deren wichtigste Geschäftstätigkeiten auf.

Beschreiben Sie im Folgenden das Public-Relations- oder Marketing-Problem, mit dem Sie konfrontiert sind. Mit einer SWOT-Analyse können Sie zudem Stärken, Schwächen, Chancen und Gefahren darstellen.

HubSpot-Tipp: Ihre Hintergrundrecherche kann auch Interviews, Internetrecherchen, Zeitungsberichte und -artikel umfassen.

Analyse & Lösungsvorschlag

Erklären Sie, inwiefern Ihr Konzept den Bedürfnissen des Unternehmens gerecht werden kann. Betonen Sie dazu die wesentlichen Vorteile, die die Arbeit mit Ihrem Team mit sich bringt.

Geben Sie in einem Fazit die wichtigsten Erkenntnisse aus Ihrer Analyse wieder und leiten Sie Sofortmaßnahmen ab.

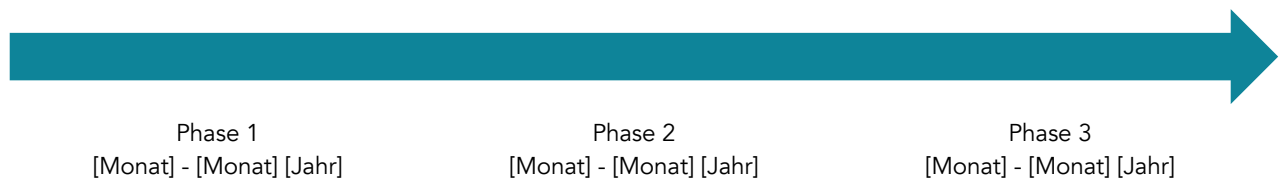
In diesem Abschnitt können Sie auch einen Einblick in die Zielgruppen und Buyer Personas geben.

HubSpot-Tipp: Gehen Sie sicher, dass Ihr Lösungsvorschlag alle Anforderungen thematisiert und allen Bedürfnissen des Kunden gerecht wird.

Zeitplan & Zielsetzung

Stellen Sie einen Zeitplan für alle entscheidenden Meilensteine des PR-Plans auf. Eine Grafik erleichtert es dem Leser, das Projekt in Gänze zu verstehen.

HubSpot-Tipp: Ziehen Sie in Erwägung, das Projekt in mehrere Phasen aufzuteilen, damit das Projektziel erreichbar wird.



HubSpot-Tipp: Formulieren Sie Ihre Ziele wann immer möglich entsprechend des SMART-Prinzips (**S**pezifisch, **M**essbar, **A**traktiv, **R**ealistisch und **T**erminiert). Wenn Sie sich an dieser Art von Ziel orientieren, können Sie Ihren Erfolg messen.

Externes PR-Angebot: Über uns

Ein PR-Angebot ist nur so gut wie das Team, das es umsetzen wird. Nutzen Sie diesen Abschnitt daher, um die PR-Erfahrung und -Referenzen Ihrer Mitarbeiter zu präsentieren.

Unser Team

Stellen Sie die Mitarbeiter vor, die an dem Projekt arbeiten werden. Fassen Sie deren relevante Erfahrung und Ausbildung kurz zusammen und beschreiben Sie, welche Rollen die einzelnen Mitarbeiter im Projekt einnehmen werden.

Unsere Leistungen

Geben Sie einen Überblick aller relevanten Dienstleistungen Ihres Unternehmens. So können Sie Ihre Expertise betonen und den Umfang Ihres Angebots präsentieren.

HubSpot-Tipp: Fügen Sie gegebenenfalls auch Portraitbilder der Mitarbeiter oder ein Teamfoto bei, um das Angebot persönlicher zu gestalten.

Preisgestaltung

Präsentieren Sie dem Kunden den Preis Ihrer Leistungen. Fügen Sie Ihrem Preisvorschlag am besten eine Tabelle wie die folgende hinzu, die sowohl Auskunft über Stundensätze als auch über Posten mit Festpreis gibt.

Posten	Preis	Menge	Gesamt
		Gesamte Projektkosten:	

HubSpot-Tipp: Falls sich Ihr Budget sehr komplex gestaltet, sollten Sie eventuell auf Microsoft Excel oder Google Sheets zur Erstellung der Tabelle zurückgreifen.

Allgemeine Geschäftsbedingungen

Nehmen Sie außerdem die Allgemeinen Geschäftsbedingungen Ihres Unternehmens auf. Diese erklären die Leistungen, Anforderungen, Regeln, Spezifikationen und Standards, auf denen der PR-Vertrag basieren wird.

HubSpot-Tipp: Denken Sie daran, die Allgemeinen Geschäftsbedingungen an dieses konkrete Angebot anzupassen.

Vereinbarung und Unterschriften

Bevor Sie mit der Arbeit an dem PR-Projekt beginnen können, muss der Kunde Ihr Angebot prüfen und annehmen. Fügen Sie die Signaturzeilen am besten direkt im Angebot ein. So wird dem Kunden das Unterschreiben und Zustimmung erleichtert.

[Name des Kunden], [Titel des Kunden]

[Ihr Name], [Ihr Titel]

HubSpot-Tipp: Falls es in Ihrer oder der Organisation des Kunden mehrere Entscheidungsträger gibt, können Sie einfach weitere Signaturzeilen hinzufügen.