



## CHECKLISTE FÜR ERFOLGREICHE PRAXIS-PR / 2016

### I. VORAUSSETZUNGEN FÜR GUTE PRAXIS-PR

- Sie haben ein PR-Konzept für Ihre Praxis. ....
- Die Themenplanung für 2016 liegt vor. ....
- Die Zuständigkeiten für die PR-Arbeit sind festgelegt. ....
- Es stehen PR-Know-how und Kapazitäten zur Verfügung. ....
- Zeitkontingente für die Umsetzung sind eingeräumt. ....
- Die Unterstützung durch die Praxisleitung ist gesichert. ....
- Das Marketing/PR-Budget wurde realistisch definiert. ....

### II. PR-ARBEIT

#### 1. Analyse

Zu den Vorbetrachtungen jeder Kampagne gehört eine detaillierte Problem- und Umfeldanalyse, ggf. eine Marktanalyse. Kennen Sie das Kampagnenumfeld?

#### 2. Kommunikationsziele

Haben Sie konkrete Ziele für Ihre PR-Arbeit formuliert?

Kommunikationsziel Nr. 1 .....

Kommunikationsziel Nr. 2 .....

#### 3. Segmentierung der Zielgruppen

Kennen Sie Ihre Zielgruppen?

Zielgruppe A .....

Zielgruppe B .....

#### 4. Strategie entwickeln

Ein aktuelles PR-Konzept liegt vor. Stand: .....

Ein Themenplan liegt vor für den Zeitraum: .....

## 5. Kernbotschaften

Es wurden Kernbotschaften für die einzelnen Dialoggruppen formuliert.

Kernbotschaft Zielgruppe A .....

Kernbotschaft Zielgruppe B .....

## 6. Kommunikationskanäle

Die Auswahl der Kommunikationswege ist nach den Kriterien der Erreichbarkeit der relevanten Zielgruppen erfolgt.

Kommunikationskanal Nr. 1 .....

Kommunikationskanal Nr. 2 .....

## 7. Medienkontakte & Netzwerk

Sind Kontakte zu relevanten Medien vorhanden?

Wird das Praxis-Netzwerk aktiv in die Öffentlichkeitsarbeit eingebunden?

## 8. Maßnahmenplanung, Umsetzung, Anschlusskommunikation

Es wurden konkrete PR-Maßnahmen für 2016 geplant.

Für 2016 sind folgende / weitere PR-Maßnahmen gewünscht:

PR-Aktivität Nr. 1 .....

PR-Aktivität Nr. 2 .....

Die Anschlusskommunikation in der Praxis ist gewährleistet.

## 9. Kontinuität & Ressourcen

Ist eine kontinuierliche Medien- und Öffentlichkeitsarbeit in Ihrer Praxis gesichert?

Es wurden alle benötigten Ressourcen geprüft (PR-Kompetenz, Kapazitäten, Budget).

## 10. Evaluation der PR-Maßnahmen

Es wurden qualitative und quantitative Kriterien für die Erfolgskontrolle definiert.

Evaluierungsmaßnahme Nr. 1 .....

Evaluierungsmaßnahme Nr. 2 .....

## ICH HABE / WIR HABEN INTERESSE AN:

- PR/Marketing-Workshop in der Praxis
- Strategische Beratung zur Praxis-PR
- Professioneller Medienarbeit
- Vorbereitung Pressekonferenz / Pressegespräch
- Begleitender PR-Service mit Fokus auf:
  - Social Media-PR
  - Veranstaltungen für Patienten / Fachkreise
  - Gestaltung von Praxisflyern / Publikationen
  - Entwicklung / Relaunch einer Webseite
  - Erstellung von barrierefreien PDF

### BITTE RUFEN SIE UNS AN!

Name: .....

Praxis: .....

Telefon: .....

zeitliche Erreichbarkeit: .....