

POTY Passion Of The Young

21. Mai 2013

Werbung/Marketing/PR

WTF? FUUUUUUUUUUUUU

Agenda

- ★ Ziel der Veranstaltung
- ★ Was ist „Der Markt“?
- ★ Werbung/Marketing/PR
- ★ Werbung/Marketing/PR - in zum Verstehen
- ★ Aufgaben und Funktionen

★ Ziel der Veranstaltung

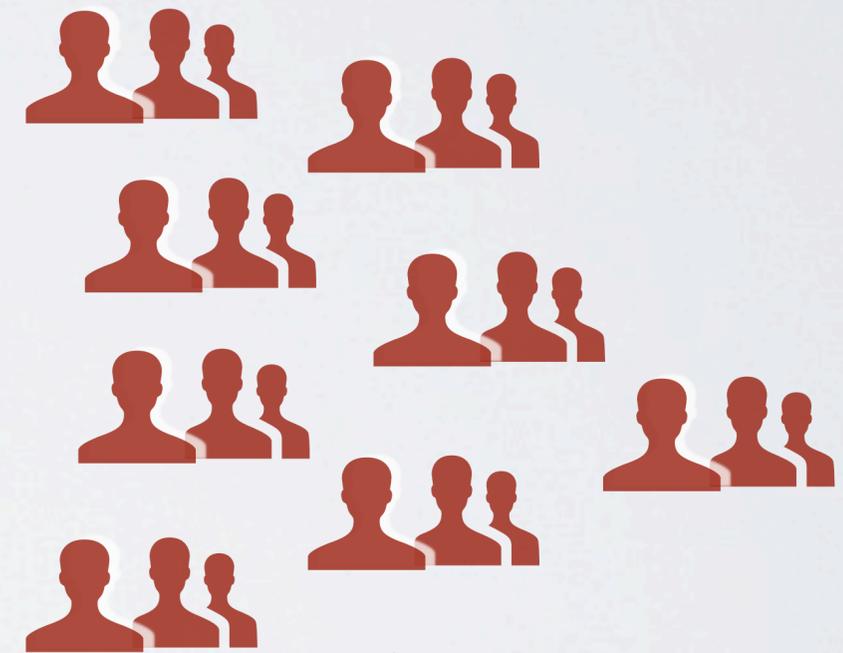
- ★ Kurze Einführung in die Begriffe Markt & Werbung, Marketing, PR
- ★ Differenzierung und Überschneidungen der Aufgabenbereiche
- ★ Bildung eines Teams für die Öffentlichkeitsarbeit (Sprachrohr des gesamten Organisationsteams)

★ Der Markt

★ Der Markt ist der Ort, an dem Angebot und Nachfrage aufeinander treffen.

Handwerker
Dienstleister
Konzertveranstalter
Produzenten
Erzeuger

**DER
MARKT**



Verbraucher

★ Werbung/Marketing/PR • WTF? • FUUUUUUUUUUU

★ Werbung

... bezeichnet die Verbreitung von Informationen in der Öffentlichkeit zwecks Bekanntmachung, Verkaufsförderung oder Imagepflege von meist gewinnorientierten Unternehmen bzw. deren Produkten und Dienstleistungen oder Informationen. Werbung kommt klassisch als Anpreisung daher, um eine Handlung, ein Gefühl oder einen Gedanken anzuregen und zu erzeugen.

Sie dient sowohl der gezielten und bewussten als auch der indirekten und unbewussten Beeinflussung des Menschen zu meist kommerziellen Zwecken. Teils durch emotionale, teils durch informelle Botschaften, spricht Werbung bewusste und unbewusste Bedürfnisse an oder erzeugt neue.

★ Marketing

... bezeichnet zum einen den Unternehmensbereich, dessen Aufgabe es ist, Waren und Dienstleistungen zu vermarkten; zum anderen beschreibt dieser Begriff ein Konzept der ganzheitlichen, marktorientierten Unternehmensführung zur Befriedigung der Bedürfnisse und Erwartungen der Kunden und anderer Interessengruppen. Damit entwickelt sich das Marketingverständnis von einer operativen Beeinflussungstechnik hin zu einer Führungskonzeption, die andere Funktionen wie zum Beispiel Beschaffung, Produktion, Verwaltung und Personal mit einschließt.

★ PR (public relations)

... auch Öffentlichkeitsarbeit, ist ein weit gefasster Begriff für das Management der öffentlichen Kommunikation von Organisationen gegenüber ihren externen und internen Teilöffentlichkeiten bzw. Anspruchsgruppen. Der Organisationsbegriff schließt dabei Unternehmen, aber auch beispielsweise Non-Profit-Organisationen, Behörden, Parteien oder NGOs ein. Besonders in neueren Publikationen wird unter Bezugnahme auf die Organisationstheorie PR als Teilbereich einer übergeordneten Organisationskommunikation verstanden.

Quelle: <http://de.wikipedia.org>

★ Werbung/Marketing/PR • nochmal

★ Werbung

... ist, wenn ich Euch erzähle, wie toll ich bin.

★ Marketing

... ist, wenn ich Euch erzähle, wie toll Ihr seid (weil Ihr mich toll findet).

★ PR (public relations)

... ist gelungen, wenn Ihr Euch toll findet, weil Ihr mich toll findet, weil andere Euch erzählt haben, dass ich toll wäre.

ZYNISCH

Werbung ist dazu da, einen Bedarf zu erzeugen, den es nicht gibt, an Dingen, die kein Mensch braucht.

Quelle:
by @holgi

Werbung/Marketing/PR sollte informieren, hilfreich sein, Spaß machen und vor allem nicht nerven.

IDEAL

Q & A

Ich bedanke mich für Eure Aufmerksamkeit!

SCHWEDT | Initiative

c/o Dirk Messer
Heinersdorfer Str. 7
16303 Schwedt/Oder

Auszugsweise zitiert:

Wikipedia Deutschland • <http://de.wikipedia.org>
Holger Klein • <http://twitter.com/holgi>

Telefon 03332 834243

E-Mail info@openschwedt.org

Internet <http://www.openschwedt.org>

Facebook <http://facebook.com/OpenSCHWEDT>

<http://facebook.com/groups/openschwedt>

Twitter <http://twitter.com/openschwedt>

Lizenz:

[CC-BY-SA 3.0](https://creativecommons.org/licenses/by-sa/3.0/)