



Public Relations Global Network
The World's Local Agency

SEO, Inhalte und Vertrauen führen die Liste der wichtigsten PR-Erkenntnisse weltweit von der diesjährigen PRGN Frühlingskonferenz an

Washington, D.C. – 8. Juni 2016 – Suchmaschinenoptimierung (SEO), digitale Inhalte und Vertrauen stellten sich als die meist diskutiertesten Themen auf der diesjährigen Frühlingskonferenz des [Public Relations Global Network \(PRGN\)](#) heraus. Die halbjährlich stattfindende Global Leadership Conference des PRGN fand im JW Marriott Hotel statt.

Die Vorstände von mehr als 30 Kommunikationsunternehmen aus mehr als 40 Ländern weltweit kamen zusammen, um sich über ihre Erfahrungen in den Bereichen Kundenservice und Unternehmensführung auszutauschen, aktuelle Themen zu diskutieren, Trends zu identifizieren und insbesondere um den Wissensaustausch und die Zusammenarbeit innerhalb des 47 Mitglieder starken Netzwerks voranzutreiben.

Auf der Konferenz haben die Unternehmen im Rahmen ihres Informationsaustauschs einige zentrale Trends in der globalen Kommunikation identifiziert:

- 1) **Suchmaschinenoptimierung (SEO) ist heutzutage der Schlüssel, um erfolgreich Geschäfte zu machen.** Kunden und Klienten nutzen zunehmend das Internet, um Geschäftspartner ausfindig zu machen und zu überprüfen. Wer keine Suchmaschinenoptimierung nutzt, wird in Zukunft Schwierigkeiten haben, die richtigen Kunden zu akquirieren. Die PRGN-Mitglieder helfen Ihren Kunden bei der Suchmaschinenoptimierung, indem Sie qualitativ hochwertige Inhalte erstellen, passende Kampagnen vorbereiten und neue Ansätze verfolgen, um traditionelle PR und digitale Kanäle zu steuern.
- 2) **Nichts entschuldigt schlechte Inhalte.** Inhalte ohne richtige Strategie, den richtigen Kontext oder die richtige Zielgruppe sind nichts weiter als Wirrwarr. Der beste Inhalt entsteht dann, wenn die Wünsche und Bedürfnisse der Adressaten berücksichtigt werden. Dabei ist es essentiell, die eigene Zielgruppe zu analysieren und für sie relevante Inhalte zu erstellen. Für einen maximalen Return on Investment empfiehlt das PRGN, ebenso viel Zeit und Aufwand für die Vermarktung des Inhalts einzuplanen, wie auch für dessen Erstellung benötigt wurde.
- 3) **Um angesichts der Flut an Online-Inhalten erfolgreich zu sein, muss modernes „Storytelling“ menschliche Gefühle adressieren und aussagekräftige Bilder nutzen.** Von besonderer Bedeutung ist zudem, dass Inhalte mit allen Endgeräten kompatibel sein müssen – sei es mit dem Smartphone, Tablet, Laptop oder PC – und in den traditionellen Medien präsent sind. Sind Inhalte nur begrenzt verfügbar, besteht die Gefahr, dass diese nicht beachtet werden.



Public Relations Global Network
The World's Local Agency

- 4) **Die besten PR-Unternehmen erweitern Ihr Serviceangebot und bauen ihre Expertise in den Kernmärkten weiter aus.** Viele PRGN-Mitglieder kombinieren traditionelle und neuartige Methoden, um den aktuellen Herausforderungen gerecht zu werden. Sie intensivieren den Kontakt zu Journalisten und Multiplikatoren, um Interessengruppen und Industriesektoren noch tiefer durchdringen zu können. Zudem partizipieren Sie an wichtigen Veranstaltungen und Themen, erweitern ihre Kommunikationskanäle, Instrumente und Plattformen (Digitale Inhalte, SEO, Social Media Marketing, Video, Fotografie, Design, Online-Research), um ihre Kunden noch besser beraten zu können.
- 5) **Technologie ist nicht alles, aber in Kombination mit persönlichen Netzwerken eine äußerst starke Kombination.** Durch die Nutzung modernster Technologien und des etablierten persönlichen Netzwerks können PRGN-Mitglieder ihren Kunden einen erheblichen Wettbewerbsvorteil verschaffen – sowohl in ihrem Heimatmarkt, als auch international. Kampagnen werden international ausgerichtet und umgesetzt. Zugleich werden sie von Experten regional betreut, um den marktspezifischen Besonderheiten gerecht zu werden.
- 6) **Vertrauen ist wichtiger als je zuvor.** Im Zeitalter von massiven Produktrückrufen, Betrugsskandalen und einer weit verbreiteten Skepsis gegenüber Geschäftspraktiken, Politikern und Institutionen ist Vertrauen ein entscheidender Erfolgsfaktor. Sie ist sozusagen die Währung des guten Geschäfts. Authentisch zu sein durch Integrität, Ehrlichkeit und Transparenz ist dabei der Schlüssel, um Vertrauen aufzubauen. Die PRGN-Mitglieder unterstützen ihre Kunden auf dem Weg, ein solches Vertrauen aufzubauen.
- 7) **Agenturinhaber müssen sich von dem kurzfristigen Blick auf Ihr Geschäft lösen.** Als Unternehmer sind sie derart auf die Bedürfnisse der Kunden fixiert, dass Sie sich oft nicht ausreichend Zeit nehmen können, die Vision des Unternehmens zu überdenken, neue Chancen für das Unternehmen und die Kunden zu identifizieren oder aufkommende Trends und Themen zu entdecken, die einen zusätzlichen Mehrwert schaffen. Die halbjährlich stattfindende PRGN Leadership Conference ermutigt dazu, die eigene Vision auf diese Weise zu hinterfragen.
- 8) **Innovative Ideen können von überall kommen** – ob von der anderen Seite des Büros oder der Welt. PRGN-Mitglieder vereinen ihr gemeinsames globales Wissen, was es ihnen ermöglicht, herausragende Lösungen für Ihre Kunden zu entwickeln. Dies wird durch den Austausch über alle Altersklassen, Länder und Kulturen hinweg ermöglicht.

Der ehemalige PRGN Präsident Ed Stevens, Vorsitzender und Geschäftsführer von Stevens Strategic Communications in Cleveland (<http://www.stevensstrategic.com/>), sagte: „Heutzutage müssen PR-Unternehmen ihren Kunden modernste Dienstleistungen anbieten, um sich im intensiven Wettbewerb durchsetzen zu können. Der wahre Wert eines internationalen PR-Netzwerks wird durch das Wissen über aktuelle Entwicklungen, Unternehmergeist sowie den direkten Austausch globaler und lokaler Expertise bestimmt. Diese PRGN-Konferenz trägt als idealer Impulsgeber und hervorragende Plattform zum künftigen Erfolg unserer Mitglieder bei.“



Public Relations Global Network
The World's Local Agency

Die dreitägige Konferenz wurde von Xenophon Strategies veranstaltet. Das Unternehmen mit Sitz in Washington D. C. ist auf den Bereich Public Affairs (www.xenophonstrategies.com) spezialisiert. PRGN-Mitglieder treffen sich zweimal jährlich in Städten auf der ganzen Welt. Die nächste Konferenz wird im November 2016 in Lissabon, Portugal stattfinden und von dem portugiesischen PRGN-Partner Global Press (<http://global-press.com/>) veranstaltet.

Zu den Mitgliedern des Netzwerks gehören unabhängige, lokale und inhabergeführte Public Relations und Kommunikationsunternehmen, die ihre Erfahrungen und Ressourcen teilen, um ihren internationalen Kunden adäquate Kommunikationsstrategien anbieten zu können. Wer sich für das Leistungsangebot der im PRGN Netzwerk vertretenen Kommunikationsunternehmen interessiert, findet unter www.prgn.com weitere Informationen.

Das PRGN-Netzwerk sucht aktiv nach Mitgliedern aus China, Belgien und anderen Märkten. Für unabhängige Agenturen, die an einem Beitritt zum Netzwerk interessiert sind, stehen unter der Rubrik [member recruitment](#) auf der PRGN Webseite weitere Informationen bereit. Bei Fragen zur Mitgliedschaft können Interessierte auch den zuständigen Vorstand C.L. Conroy, CEO und Gründer von [The Conroy Martinez Group](#), unter CL@conroymartinez.com per E-Mail kontaktieren.

Über Public Relations Global Network (PRGN)

Kunden auf sechs Kontinenten verlassen sich bei der Durchführung von zielgerichteten PR-Kampagnen in Märkten rund um die Welt auf das gebündelte Know-how des Public Relations Global Networks (PRGN). Mit Umsätzen von mehr als USD 110 Millionen gehört PRGN zu den vier führenden Netzwerken für Öffentlichkeitsarbeit. PRGN nutzt die Ressourcen von 50 unabhängigen PR-Unternehmen und mehr als 900 Kommunikationsprofis, um internationale Unternehmen und Organisationen mit individuellen und kulturell vielfältigen Märkten weltweit zu verknüpfen. Mehr Informationen erhalten Sie unter www.prgn.com oder auf twitter unter [@PRGN](#).

#

Pressekontakt:

cometis AG
Michael Diegelmann
Tel. +49 (0) 611 - 20 58 55 – 0
E-Mail: diegelmann@cometis.de
www.cometis.de