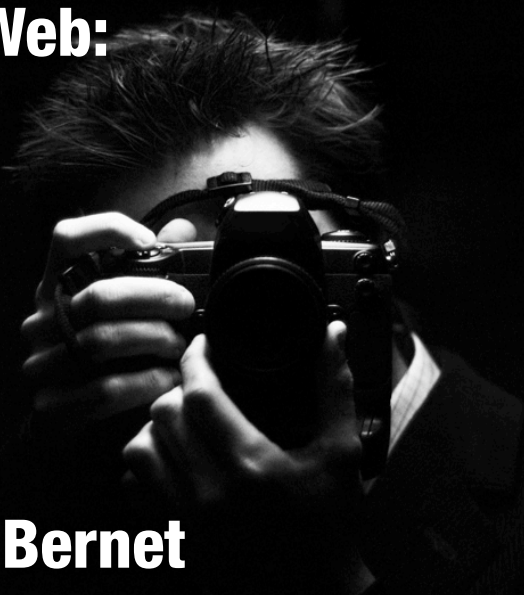


PR im Web: Tools und Tricks

25. Mai
Marcel Bernet



www.bernet.ch

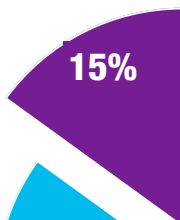


herzlich kreativ wirksam

speakers.ch 

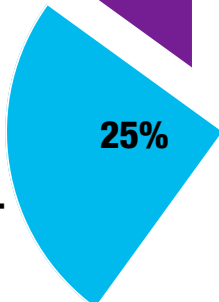


Netz



15%

**Medien-
arbeit**



25%

2006:

Stadt Zürich

SBB

Microsoft

LeShop.ch/Migros

StateStreet Bank



Sie können

- PR im Netz einsetzen
- E-Mail und Mediacorner optimieren
- Blogs beurteilen, einsetzen, beobachten



Laufend Aktuelles auf
www.bernetblog.ch
www.bernet.ch/wissen
www.bernet.ch/anstoss

Erfolg ist der Raum, den man in der Zeitung einnimmt.

Erfolg ist die Unverschämtheit eines Tages.

Elias Canetti



**Was hassen
Journalisten?**

Was wollen sie?



Sie hassen:

E-Mail-Anhänge

E-Blabla

Telefon: «E-Mail da?»

Alte Infos auf Webseite

Passwörter für Infos

Keine Kontaktinfo

Weblog ohne Dialog

Buch Seite 49



Sie wollen:

Leichtere Arbeit

Sie schnell finden

Das Neuste (was nützt)

Qualität + Aktualität

Eine Stimme hören

Buch Seite 51

IAM/Bernet Studie Journalisten im Internet

September 2005: 3000 Fragebogen

Oktober: 617 Antworten, D-CH

Dezember: Präsentation

www.bernet.ch/studiemedien

Seite 40



92 % täglich - neben Mail

1 bis 3 Stunden

Blog, Podcast, RSS: noch kaum

Wozu verwendet?

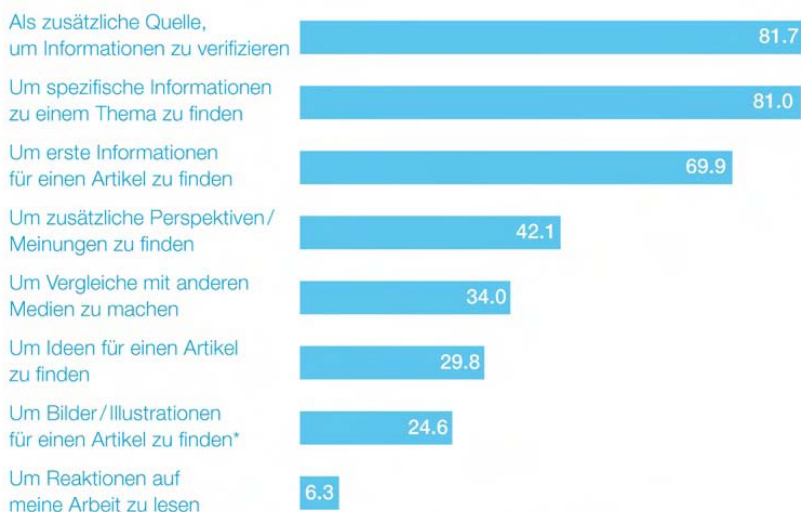
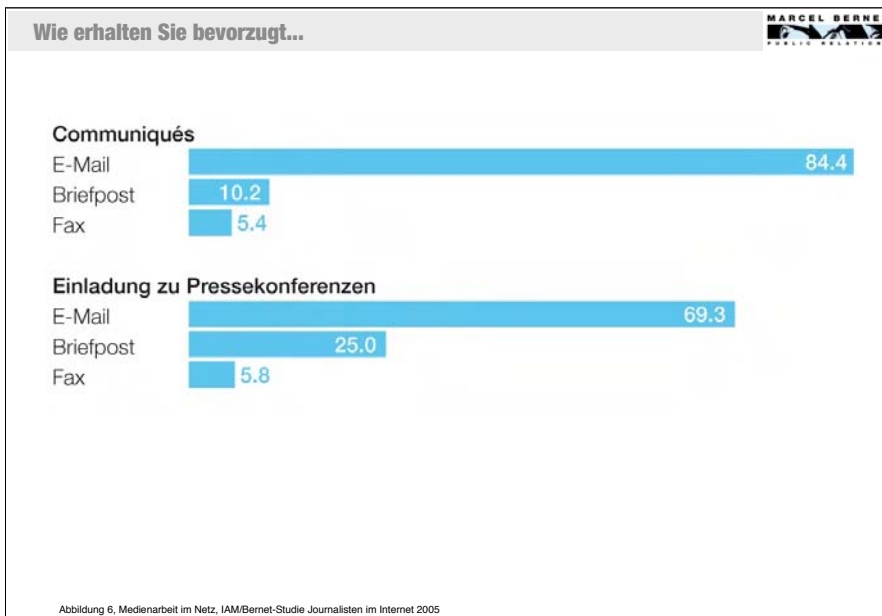
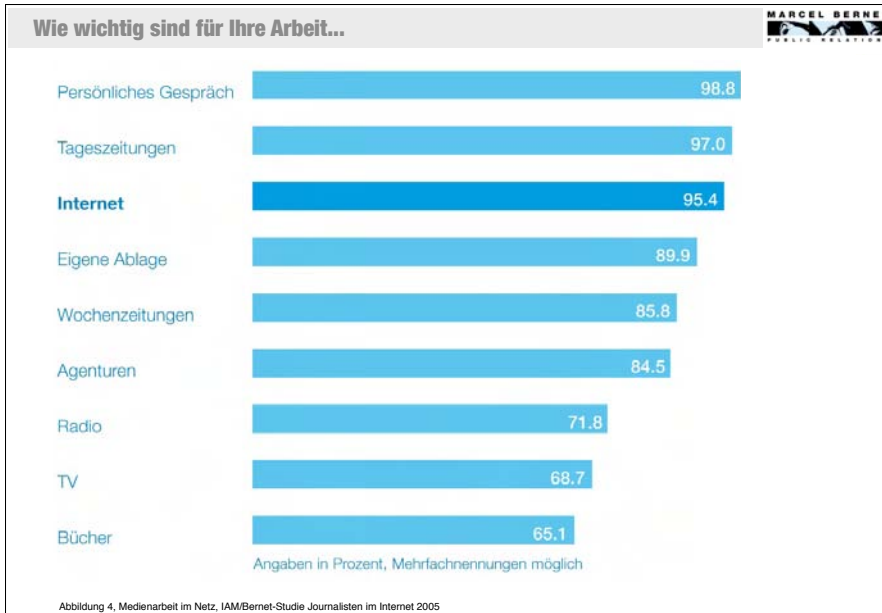


Abbildung 3. Medienarbeit im Netz, IAM/Bernet-Studie Journalisten im Internet 2005



Lernziele

Sie können

- PR im Netz einsetzen
- E-Mail und Mediacorner optimieren
- Blogs beurteilen, einsetzen, beobachten

© Marcel Bernet Public Relations / Orbit-iEX 07 / www.bernet.ch / www.bernetblog.ch

nur auf Wunsch, persönlich

Dritt-Verteiler nur als Zusatz

Seite 54

E-Mail Best Practice



E-Mail Selektion

MARCEL BERNET

Orbit-iEX

Von	Betreff	Empfangen
marcel bernet	Anstoss: E-Mail über Bord. Werden Sie wieder zum Ka...	01.04.2005
r	emailadressen	24.06.2004
	Anstoss: Der Mediacorner, d	te ihres ... 31.03.2004
	Anstoss: Der Mediacorner, d	te ihres ... 31.03.2004
	E-Mail oder Papier? Erfahrung	Checklist 09.12.2003
	Anstoss: Zwischendurch nicht	in. 09.12.2003
	Anstoss: Ein Webcheck in 20 f	27.05.2003
	RE: thanks for your visit	23.05.2003
	RE: thanks for your visit	23.05.2003
	Anstoss: Auf Google gezielt g	09.04.2003
	links wie versprochen	27.02.2003
	Re: videokameras	20.02.2003
	Re	20.02.2003
Bernet PR	An	ations versus Werbung 28.01.2003

1

2



3

4

Von: marcel bernet <info@bernet.ch>
 Betreff: **Anstoss: E-Mail über Bord. Werden Sie**
 Datum: 1. April 2005 12:09:51 GMT+02:00
 An: Marcel Bernet
 Antwort an: marcel bernet <info@bernet.ch>

"Die zwei grössten Tyrannen der Erde:
 der Zufall und die Zeit."
 Johann Gottfried Herder

Wir dachten E-Mail macht uns schneller. Und nun zehrt die Überfülle an
 Informationen den Zeitgewinn wieder auf.

In diesem Anstoss berichten wir Ihnen
 _wie Sie wieder arbeiten, statt nur noch zu kommunizieren
 _wie Sie effizienter E-Mails empfangen

Gezielt verteilen

MARCEL BERNET

Orbit-iEX

Datum	Kunde	Art	Bemerkungen +
24.01.05	LeShop	Artikel/Beitrag	Artikel "Online-Shoppi
20.01.05	LeShop	Mailing	Communiqué Zahlen
18.01.05		Meeting	macht am 19.1.05 int
07.01.05	LeShop	Basisinfo	bei leshop-mailings in
18.10.04	State Street	Brief	Nachversand Presser
06.10.04	State Street SSGA	Einladung	Wine Tasting

Word: Versionen

Viren

Speicherplatz

Volltext in Mail

Verlinken

RTF oder PDF



COMMUNIQUE

2004 erzielte der Online-Supermarkt 52% mehr Umsatz.

1 Jahr LeShop.ch und Migros:
Massives Wachstum dank Allianz

LeShop.ch und migros-shop.ch schliessen das erste gemeinsame Jahr mit einem Umsatz von 33 Millionen ab - alle Erwartungen. Online einkaufen setzt sich auch für Lebensmittel definitiv durch. Die Zahl der Erstkäufer verdrängt europäischen Vergleich wächst der Schweizer Online Umsatz am stärksten.

Dominique Locher, Direktor Marketing und Verkauf von LeShop.ch, sieht einen wichtigen Grund für den Umsatz Migros-Produkten zu Migros-Preisen. «Der durchschnittliche Einkauf stieg auf 204 Franken, gegenüber 190 Franken es gar 227 Franken.»

Wachstum - die grosse Herausforderung 2004

Auf operativer Ebene hatte LeShop.ch im Verteilzentrum in Bremgarten das enorme Wachstum von 130% zu dem Verteilzentrum - das entspricht etwa 15'000 prall gefüllten Einkaufstaschen.

Urs Riedener, Mitglied der Generaldirektion des Migros-Genossenschaftsbundes (MGB) und Leiter Departement ermutigend. Der Online-Supermarkt bewährte sich als funktionierendes Geschäftsmodell. Er bedeutet für die stagnierenden Detailhandel. Die hohe Qualität und die Dienstleistung stärken die Marke Migros und die Kunden im Jahr 2005 weiter stark fördern und unterstützen."

Mehr Frauen online

Gemäss Christian Wanner, Geschäftsführer und Mitgründer von LeShop.ch, entscheiden sich immer mehr Frauen der weiblichen Kundenschaft. Ende Jahr auf 75 Prozent vor allem berufstätige Mütter gehen sehr bewusst

Bcc = Spam

Persönlich

Anrede

Mail-Software

[www.email.about.com/ od/emailmarketing/](http://www.email.about.com/od/emailmarketing/)

Seite 61



Medien Schweiz



Medienmitteilungen

- [Die neusten Medienmitteilungen](#)
- [Virtuelle Pressemappen](#)
- [Archiv / Suche](#)

Finanzielle Informationen

- [Quartalsberichte](#)
- [Quartalsthemen](#)
- [Geschäftsberichte](#)
- [Aktieninformation](#)
- [Ratings](#)

Wer wir sind

- [... in ein paar Worten](#)
- [... in ein paar Zahlen](#)
- [... in ein paar Videoclips](#)
- [Geschäftsfelder](#)
- [Führungsgremien](#)
- [Organisationsstruktur](#)

Services

- [Kalender](#)
- [Präsentationen](#)
- [UBS News Alert](#)
- [RSS](#)
- [Herunterladen von Bildmaterial](#)
- [Bestellung UBS Logo](#)
- [Mailingliste Medien](#)

Kontakt

- [Kontaktinformationen](#)
- [Kontaktformular](#)

UBS Homepage > Medien > Medien Schweiz

Medien Schweiz

Die neusten Medienmitteilungen

- 19. April 2007: UBS KMU-Barometer 2. Quartal 2007 - KMU-Konjunktur verliert etwas an Fahrt
- 18. April 2007: Generalversammlung der UBS AG
- 12. April 2007: UBS outlook 2. Quartal 2007 - Industriekonjunktur schaltet einen Gang tiefer
- 27. März 2007: UBS-Konsumindikator erreicht hohes Niveau
- Mehr

Meist gesuchte Links

- Quartalsberichte
- Kalender
- Präsentationen
- UBS News Alert
- Herunterladen von Bildmaterial
- Bestellung von Logos
- Mailing Liste Medien

Wer wir sind



Meet our executives

Videos

Meet our executives

Videos



Presentations



Video Q&A

Key Messages

Video:

Peter Wuffli



Go

Video Q&A

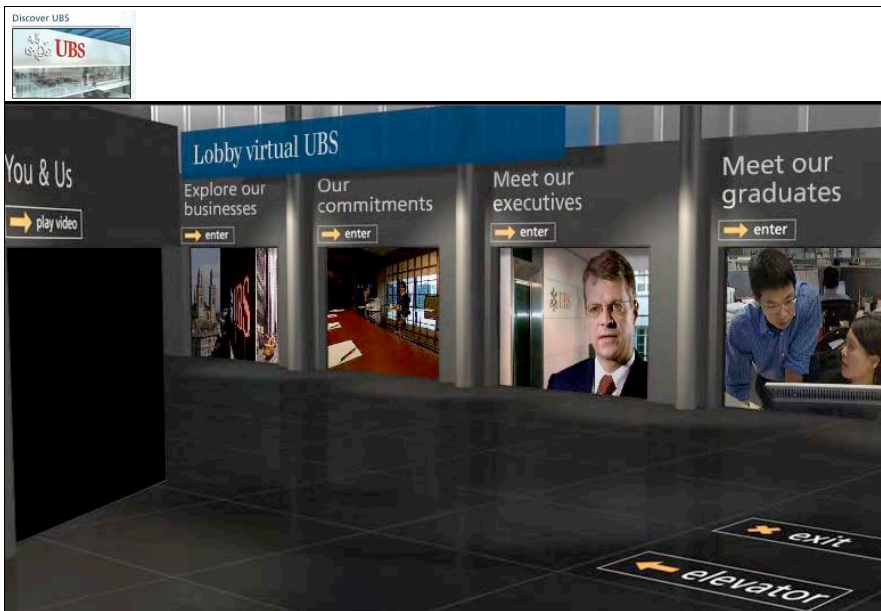
Choose a question

Questions to the Group Chief Executive Officer



Peter Wuffli

- What are your roles as Group CEO, and President of the Group Executive Board?
- What is UBS' strategy?
- UBS operates an Integrated Model. What does this mean?
- Can you give examples of how the Integrated Model adds value?
- Comment on the firm's progress over the last 5 years - what are some of the highlights?
- What are the primary goals and objectives over the next 5 years?
- What are the main risks, or challenges that UBS might face in the future?



Sie wollen:

Leichtere Arbeit

Sie schnell finden

Das Neuste (was nützt)

Qualität + Aktualität

Eine Stimme hören

Mediencorner

Minimum:

-Klarer Sofort-Link

-Medienspezifisch

-Communiqués

-Kontaktinfo Medien

-Bilder / Logos

-Aktuell, koordiniert

Buch Seite 76

Mediencorner: Aufwand!

?

Erfahrungen
Organisation
Systeme



Web-Mediencorner: Best Practice

MARCEL BERNET

Orbit-iEX

Laufend Echos sammeln

Journalisten testen lassen

Webcheck Mediencorner

<http://www.bernet.ch/>



Sie wollen:

Leichtere Arbeit

Sie schnell finden

Das Neuste (was nützt)

Qualität + Aktualität

Eine Stimme hören

Communiqué 2.0

Buch Seite 51

Communiqué 2.0: Die Elemente

MARCEL BERNET

Orbit-iEX



Das Ziel:

Infos nach Wunsch

Abruf per Abo

Angereicherter Inhalt

Communiqué 2.0: Die Elemente

MARCEL BERNET

Orbit-iEX

SOCIAL MEDIA PRESS RELEASE TEMPLATE, VERSION 1.0

CONTACT INFORMATION: Client contact Phone #/type Email IM address Web site Spokesperson Phone #/type Email IM address Blog/relevant post Agency contact Phone #/type Email IM address Web site

NEWS RELEASE HEADLINE

Subhead

CORE NEWS FACTS

• Bullet points preferable

LINK & RSS FEED TO PURPOSE-BUILT DELICIOUS PAGE
The purpose-built del.icio.us page offers hyperlinks (and PR annotation in "notes" fields) to relevant historical, trend, market, product & competitive content sources, providing context as needed, and, on-going updates

PHOTO e.g., product pictures, exec headshot, etc.
MP3 FILE OR PODCAST LINK e.g., sound bytes by various stakeholders
GRAPHIC e.g., product schematic, market size graphic, logos
VIDEO e.g., latest product demo by in-house expert

MORE MULTIMEDIA AVAILABLE BY REQUEST

e.g., "download white paper"

PRE-APPROVED QUOTES FROM CORPORATE EXECUTIVES, ANALYSTS, CUSTOMERS AND/OR PARTNERS
Recommendation: no more than 2 quotes per contact. The PR agency should have additional quotes at the ready "upon request," for journalists who desire exclusive content. This provides opportunity for Agency to add further value to interested media.

LINKS TO RELEVANT COVERAGE TO-DATE (OPTIONAL)

This empowers journalist to "take a different angle," etc. These links would also be cross-posted to the custom del.icio.us site.

BOILERPLATE STATEMENTS

RSS FEED TO CLIENT'S NEWS RELEASES

"ADD TO DELICIOUS"
Allows readers to use the release as a standalone portal to this news

TECHNORATI TAGS/DIGG THIS"

Die Umsetzung:

Kurzanriss/Fazit

Textbausteine

Photo, Audio, Video

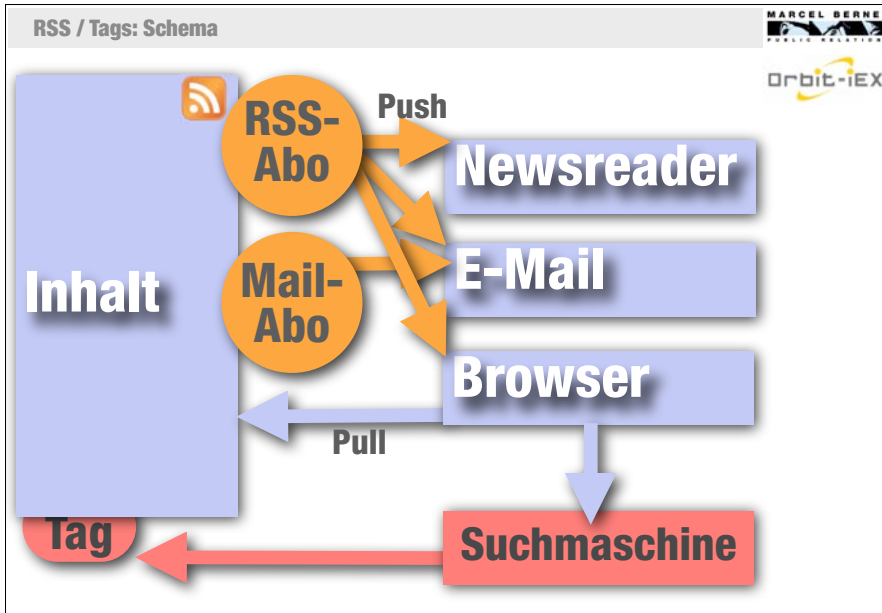
Zitate Firma, Kunden

Links Umfeld

Versand per RSS

Tags für alles

http://www.pr-squared.com/2006/05/the_social_media_press_release.html



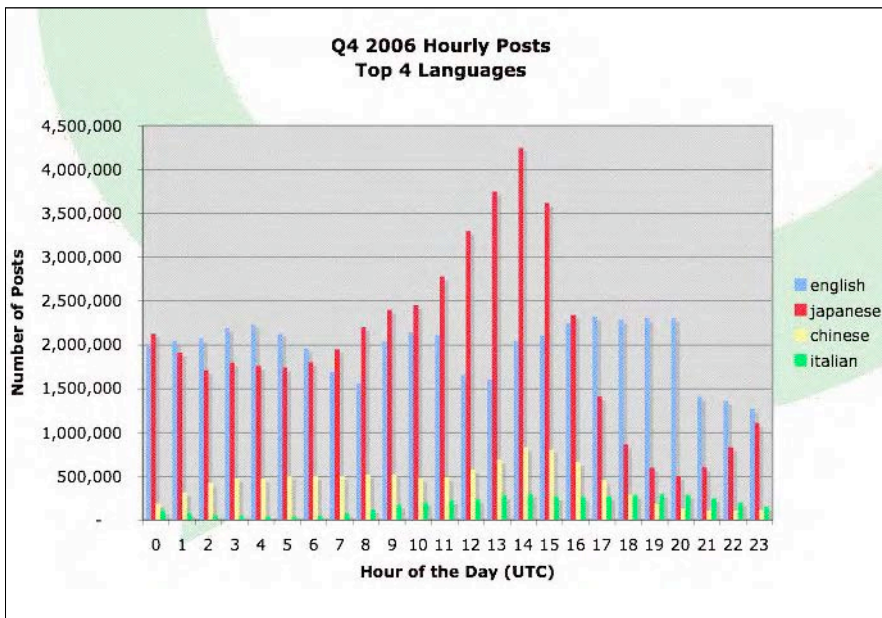
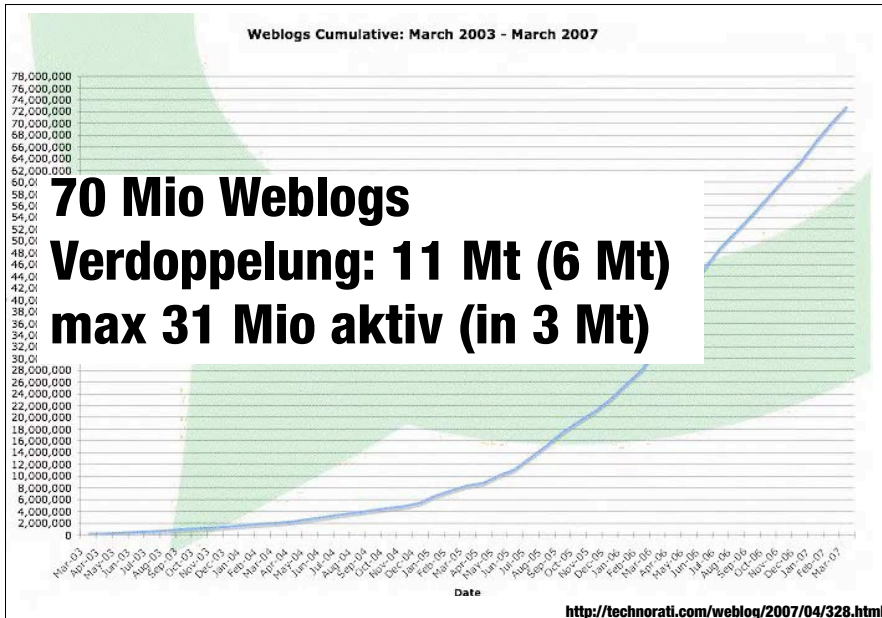
Lernziele

Sie können

- PR im Netz einsetzen
- E-Mail und Mediacorner optimieren
- Blogs beurteilen, einsetzen, beobachten

MARCEL BERNET
Orbit-iEX





Drei Blogger- Porträts und Geschichten



Tom Brühwiler

www.bloggingtom.ch

Informatiker

No. 7 CH / 298 Links intl.

50'000 Unique Visitors/Mt

Swiss News / Blogging / Technologie



Tut uns leid, aber wir äussern uns nicht zu Anfragen von privaten Web Sites.

« Eure Stimmen sind gefragt

Blogspot: Internal Server Error »

Migros: No comment

tastaturisiert am Donnerstag, 14. September 2006 um 15:59:49 Uhr

Der Grossverteiler **Migros** verkaufte offenbar zwischen Januar und August 2006 Fälschungen des Eau de Toilette Davidoff Cool Water und **schrieb darüber** auch klein und versteckt im Migros Magazin. Für mich Grund genug, einmal bei der Migros nachzufragen und folgende Fragen zu stellen:

1. Wie konnte es geschehen, dass die Migros Fälschungen verkauft
2. Ist es denkbar, dass noch weitere Fälschungen (auch in anderen Sortimentsrayons) auftauchen bzw. verkauft werden?

Grundsätzlich richtig, dass wir diesen Artikel ausgestellt haben. Was nicht stimmt, ist, dass dieser Artikel in den Top 10 drin war.

Dabei handelt es sich um den Artikel 2ltr. UHT-Milch nicht Past-Milch. Leider war bei der Pastmilch die Nachfrage, wohl aufgrund der wesentlich kürzeren Haltbarkeit und der für Pastmilch zu grossen Verpackung immer viel tiefer, wesentlich tiefer als wir selbst erhofft hatten. Wir bieten den Kunden mit der 1ltr. Brik (nicht im M-Budget-Kleid) eine ebenfalls attraktive Alternative an.

Ablösung M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch durch 1 ltr.

Brik hochpast Vollmilch:

Die bisherigen eher bescheidenen Verkäufe haben gezeigt, dass für viele Kunden die 2 ltr. Packung für Pastmilch zu gross ist und eine Mehrheit der Konsumenten eine 1 ltr.

Packung vorziehen würde. Aus diesem Grunde wurde entschieden, die M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch per anfangs Mai auszulisten.

Als Alternative zu der bisherigen M-Budget 2 ltr. Hochpast Drinkmilch empfehlen wir die Vollmilch Hochpast 1ltr. Der Kunde profitiert bei der 1ltr. Verpackung von einem grösseren Convenience-Grad als bei einer 2 ltr. Packung.

Die Verpackungskosten fallen bei der 1 ltr. Verpackung etwas mehr ins

Relevanz: www.blogug.ch

blogug

list ping **top100** planet stats map

Home
Last 30 days winners
Last 30 days losers
New entries
Gone entries

Search:

Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

More info about this in my blog and an update
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CET(S)).

rang	url	blogs		links		.ch rank		
		t rank	total	total	diff	today	diff	
1	NetzBlog	578327	6	2	85	3	683	144

swiss blogs data from list.blogug.ch and blog.ch. Linkcount and rank data from Technorati. Created and maintained by Christian Stocker. Design by sis.

Relevanz: www.blogug.ch

blogug

list ping **top100** planet stats map

Home
Last 30 days winners
Last 30 days losers
New entries
Gone entries

Search:

Swiss Top 100 Blogs according to Technorati

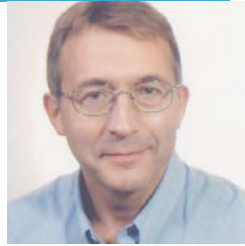
More info about this in my blog and an update
Figures: The figures are taken from Technorati.com, the blog list from list.blogug.ch and blog.ch. "Blogs" and "Links" are directly taken from Technorati, the "diff" column is the difference to 30 days ago. Daily updated (at 7am CET(S)).

rang	url	blogs		links		.ch rank		
		t rank	total	total	diff	today	diff	
1	BloggingTom	8318	322	-28	1520	241	4	0

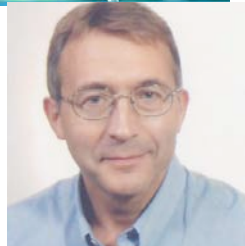
swiss blogs data from list.blogug.ch and blog.ch. Linkcount and rank data from Technorati. Created and maintained by Christian Stocker. Design by sis.



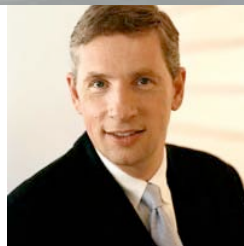
Albert Kuhn
swisscomnature.blueblog.ch
Umweltverantwortlicher
Chemiker Dr. phil.-nat.
No. 73 CH / 64 Links intl.
Umweltblog
Start September 06



Schnelle Kommunikation
Keine langen Wege
Besseres Monitoring
Nischen-Reichweite
Positive Vernetzung



Klaus Kleinfeld
Intranet Blog
CEO
«bis über 15'000 Visits»
Siemens Blog-100 Initiative



30 PROZENT MEHR FÜR VORSTÄNDE

Siemens-Mitarbeiter revoltieren im Intranet

Von Anne Seith

**Unfähigkeit und Maßlosigkeit
werfen Siemens-Beschäftigte ihren
Chefs vor, deren Bezüge um 30
Prozent steigen sollen.
Vorstandsvorsitzender Kleinfeld
bekommt das zu spüren - in seinem
internen Blog platzieren
Mitarbeiter ätzende Kommentare.**

Engagiert

Zahlreich

Vernetzt


Multiplikatoren

Anstrengend



**Was bringt
selbst bloggen?**





MARCEL BERNET
PUBLIC RELATIONS
Blog Start | Impressum | Bernet Home

Suche: ▶ Finden

Seite drucken | weitersenden

bernetblog.ch: Corporate Blogging, Online PR und mehr.

Dran bleiben Reputation Permission Marketing

Buch-Blog

«Medienarbeit im Netz» bringt Tipps und Tricks von Weblog bis Wiki. Blog-Einträge zum Buch [hier](#), Info und Bestellung [hier](#).


Blog abonnieren

oder als wöchentliches E-Mail: E-Mail Adresse

Abonnieren

Kategorien

- Menschen (4)
- Corporate Blogging (16)
- Vorträge (7)
- Studien (8)
- PR Alliance (55)



Google Web Bilder Groups Verzeichnis News Desktop Mehr »

intranet Suche

Suche: Das Web Seiten auf Deutsch Seiten aus der Schweiz

Web Ergebnisse 1 - 10 von ungefähr 121'000'000 für **intranet**. (0.09 Sekunden)

Intranet Anzeigen

www.WebOffice.com Ihr **Intranet** in wenigen Minuten eingerichtet und bereit

[insyma](http://insyma.com) Anzeigen

www.insyma.com Modulare **Intranet** - Lösungen für anspruchsvolle Unternehmen.

de.wikipedia.org/wiki/Intranet

[Ähnliche Seiten](#)

Intranet-Fachtagung

_ Ten Best Intranets - Nielsen **Intranet** Design Anual 2006. _ ALTANA Pharma **Intranet** - Erfolgsfaktor Projektmanagement ...

www.namics.com/news-medien/ daten-events/intranet-fachtagung.html - 15k - 12. März 2006 - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Intranet Journal - Intranet Design, Development, Content ... - [[Diese Seite übersetzen](#)]

Intranet Journal the online magazine about information technology for **intranet** design, applications, corporate extranets, xml tutorials and information, ...

www.intranetjournal.com/ - 87k - 12. März 2006 - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Intranetberater.de - Das Portal rund um Ihr Intranet

www.intranetberater.de ist ein Portal, das vielfältige Informationen zum Thema **Intranet** bietet.

www.intranetberater.de/ - 50k - 12. März 2006 - [Im Cache](#) - [Ähnliche Seiten](#)

Intranet Kommunikation

Inhalte optimieren und besser verkaufen.

www.bernet.ch

Web-Applikationen

Intranet, Extranet-, Shoplösungen mit kostenlosem CMS typo3

www.cabag.ch

Immer aktuell informiert

Intranet für beliebig viele Mitarbeiter zum Festpreis

www.weblication.de

SharePoint Services

MS SharePoint Solutions Beratung und Implementierung

www.namics.com

Intranet Portal

Portal, Dokumenten- & Content-management, Collaboration, Workflow

www.adenin.de



Swisscom lanciert als erster Schweizer Konzern einen Blog

Firmen können mit Internet-tagebüchern ihre Bekanntheit erhöhen. Das neue Medium birgt aber auch Gefahren.

Von Romeo Regensass

Weblogs, kurz Blogs genannt, sind von der Idee her allen zugängliche Informationskanäle von Privaten, die das weltweite Netz als Plattform nutzen (siehe Kasten). Seit einiger Zeit entdecken aber auch immer mehr Firmen die Möglichkeiten des Mediums. Tipps zur Führung von Internet-tagebüchern finden sie auf einem neuen Portal der Hochschule für Wirtschaft Luzern.

«Grössere Firmen meiden Blogs», sagt Nicolas Blanchard, der das Portal zusammen mit seinem Studienkollegen Adrian Iten geschaffen hat. Der Student der Wirtschaftskommunikation weiss auch, weshalb dem so ist: «Die PR-Abteilungen und Kommunikationsverantwortlichen haben Angst, die Kontrolle über den Informati-

Selbstverständlich übt die Swisscom im eigenen Blog keine Zensur aus, aber auf Fehlinformationen werde man reagieren.

Weniger Berührungspunkte als die Mehrzahl der Konzerne zeigen kleinere Unternehmen, und das vornehmlich in der Informatik-, PR- oder Werbebranche. Die 38 öffentlich zugänglichen Unternehmens-Blogs, die es laut der Analyse von Blanchard und Iten Ende April 2006 in der Schweiz gab, gehören grossmehnteillich zu dieser Kategorie. Und die Blogs ermöglichen ihnen, den eigenen Bekanntheitsgrad entscheidend zu erhöhen.

«Das Kollektiv aller Blogs, die Blogosphäre, ist mit Links eng miteinander verknüpft», sagt Blanchard. Und diese Links, die entscheiden darüber, wie weit oben ein Firmenname auf den Trefferlisten von Suchmaschinen wie Google steht. «Je mehr ein- und ausgehende Links eine Seite aufweist, desto wichtiger bewertet sie Google». Daniel Jörg, Unternehmensberater bei Bütikofer & Company in Zürich und Betreuer des firmeneigenen Blogs, bestätigt diesen Mechanismus. «Für viele ist dies ein wichtiger Anreiz, um einen eigen-

sie dies super und erreichen eine Menge Leute», sagt Unternehmensberater Jörg. Wer einen Blog unterhält, muss ihn nicht nur füttern, sondern ständig beobachten. «Das Gute daran ist, dass Firmen lernen, zuzuhören und den Puls der öffentlichen Meinung zu spüren», ist Jörg überzeugt. Für Blanchard und Iten vereinfachen Blogs das Krisenmanagement von Firmen: «was Aktualität und Präzision der Krisenkommunikation betrifft, eröffnen Blogs eine neue Qualität». Bei Bedarf könne die Öffentlichkeit im Minutentakt informiert werden. Jörg stimmt dem zu, mit einer Einschränkung: «Der Blog muss vorher bekannt sein, sonst muss er nämlich mit viel Aufwand bekannt gemacht werden.»

Weitere Informationen unter:

Tages Anzeiger
29. August 2006

weblogs

Ein Weblog, oft einfach Blog genannt, ist eine der einfachsten die Mit-



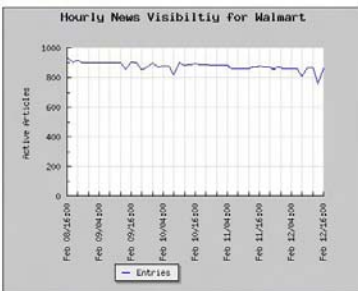
Blogs und PR

Medienaufmerksamkeit als Chance

Muss:
Monitoring
Dialog pflegen

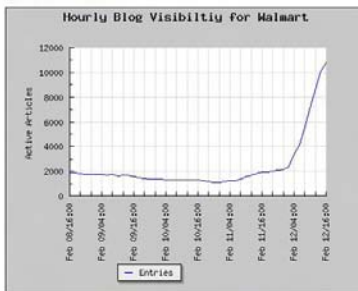


Walmart in the News



- Top News Articles about Walmart as of 2007-02-12 16:00:00
1. WALMART SHOOTING
 2. Shooting at Armon Walmart
 3. Walmart in bed with Microsoft? Walmart says NO to Firefox, Mac, Apple
 4. Local clubs to perform at Bobcats halftime show
 5. SOA Web Services - Learning the Language

Walmart in the Blogs



- Top Blog Entries about Walmart as of 2007-02-12 16:00:00
1. WalMart Boycotting Everything Non-Microsoft
 2. Wal-Mart Video Service Requires IE
 3. Huge lawsuit at anti-WalMart rally Saturday
 4. WalMart media downloads site is NOT valid HTML
 5. Roswell WalMart

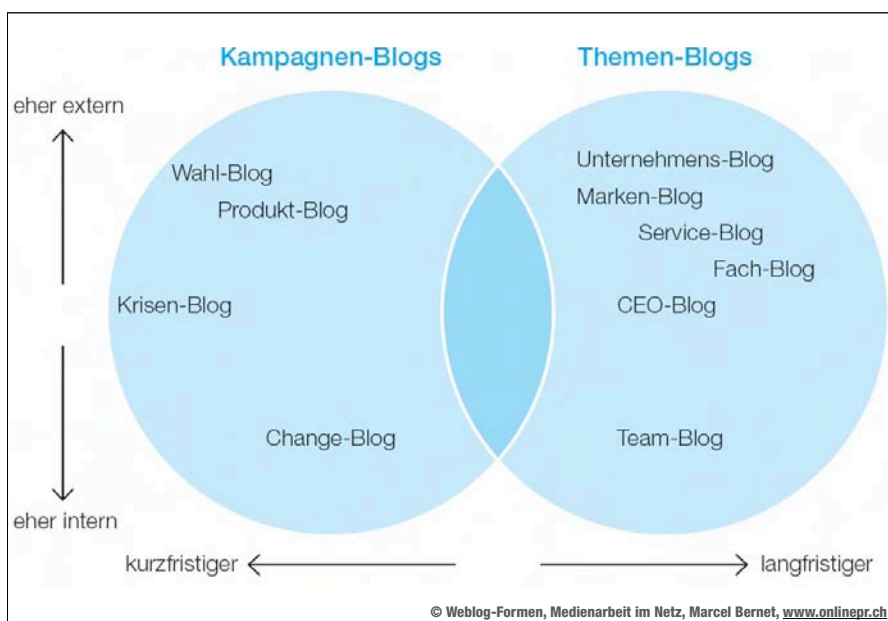
(c) namics 2007

Blogs und PR

Medienaufmerksamkeit als Chance

Muss:
Monitoring
Dialog pflegen

Situativ:
Corporate-, Produkte-, Themenblog
intern oder extern



Blogs und PR

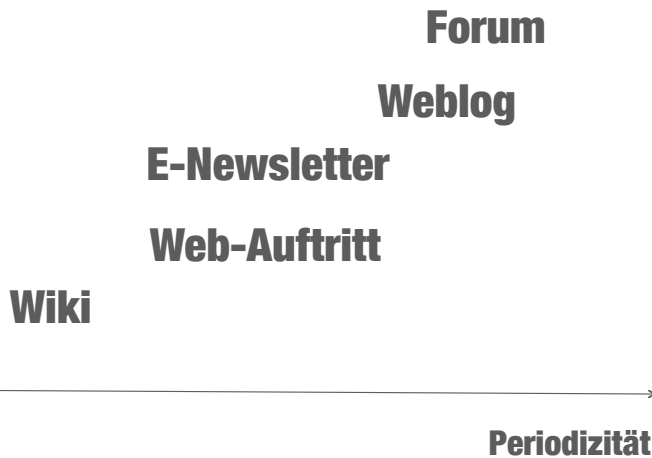
Medienaufmerksamkeit als Chance

Muss:
Monitoring
Dialog pflegen

Situativ:
Corporate-, Produkte-, Themenblog
intern oder extern

Achtung:
Aufwand, Authentizität, Integration

Interaktion



bernetblog.ch: 2006
10'000 Unique/Monat
Dialog

bernet.ch: 1995
2'000 Unique/Monat
Referenz

Newsletter: 2002
1'000 Abonnenten
Kompetenz

**PR im Web:
 Tools und Tricks
 25. Mai 2007**

Marcel Bernet, marcel.bernet@bernet.ch, 044 266 90 80

Bernet PR steht für wirksame, kreative und herzliche Kommunikation. Mit Fokus auf strategischer Beratung, Medienarbeit, Publikationen, PR im Netz.

Nächste Veranstaltungen:

> **Freitag, 11. Mai, 09:15 - 17:00 in Luzern:**

Corporate Blogging - Chancen, Erfahrungen, Trends

mit **Jürg Stuker, Marcel Bernet und Albert Kuhn / Swisscom**

www.bernet.ch/index.php?id=maz_seminar

> **Dienstag, 26. Juni, ganzer Tag in Thalwil / Zürich:**

Praxistag Online-Kommunikation für Marketing und Reputation

Praxis-Beispiele aus Online-Werbung, Online-PR, Web 2.0 mit Nestlé, Migros, Sprüngli, Publicitas, ETH

<http://www.zfu.ch/weiterbildung/seminare/onkt.htm>