ONLINE PR GUIDE

DAS BLOG ÜBER
DIGITALE PR UND
VISUELLE KOMMUNIKATION

MEDIA KIT



DIGITALE PUBLIC RELATIONS \\



\\ VISUELLE KOMMUNIKATION

SYLVIA LÖHKEN ÜBER INTROVERTIERTE

EIN GROSSER PLUSPUNKT IST AUCHLIHRE UNABHÄNGIGKEIT VON DER AUSSENWELT. [....] VON DER BILLIGUNG ANDERER SIND SIE WENIG ABHÄNGIG. [...] SIE MACHEN EINFACH IHR DING, WEIL SIE DEN APPLAUS VON AUSSEN WENIGER-BRAUCHEN.

DIGITALE PUBLIC RELATIONS \\



WISHELLE KOMMUNIKATION



ÜBER DIE PERSON

Die Möglichkeiten der Digitalisierung sowie der digitalen und visuellen Kommunikation haben mich schon immer fasziniert. Diese Faszination hat mich mein Leben lang begleitet: Von der Studententätigkeit als Content Manager an der ZUV der Ludwigs-Maximilians-Universität München über meine lehrreichen Jahre in den verschiedensten Agenturen bis hin zu meiner Tätigkeit als freiberufliche Texterin. Sketchnoterin und PR-Beraterin.

Meine mehrjährige Erfahrungen in den Bereichen visuelle, digitale und klassische Kommunikation und Marketing setze ich auf unterschiedlichste Art und Weise für meine Kunden ein:

- Beim Social Media Marketing diverser Social Media Profile
- Beim Content Management mehrer Corporate Blogs und Themenblogs.
- Beim Texten unterschiedlichster Formate wie Blog-Beiträge, Artikel, Whitepaper u.v.m. .
- Beim Erstellen von Sketchnotes, Illustrationen und vielen anderen visuellen Formaten.
- Bei der Erstellung von Konzepten für klassische oder visuelle Kommunikationsmaßnahmen.

Wenn ich nicht gerade für meine Kunden kreative und visuelle Ideen austüftele, Social Media Aktivitäten plane, Content manage oder Texte verfasse, gebe ich zu meinen Themenschwerpunkten Workshops oder Seminare. Meine Kunden profitieren nicht nur von meinem Wissen, sondern auch von den Impulsen aus meinem Netzwerk und den Kontakten, mit denen ich eng zusammenarbeite.

Daher triffst du mich nicht nur im Home Office, in einem Coworking Space oder auf einer Veranstaltung, für die ich Sketchnotes erstelle.

Auch auf Barcamps, Konferenzen und Netzwerkveranstaltungen eigne ich mir neues Wissen an, knüpfe Kontakte oder tausche mich mit Kollegen und Kunden aus.

Vielleicht bald auch mit dir bei einem Kaffee?



IN BLOGS UND PODCASTS

[Podcast]

Be Your Brand - Personal Branding und PR:

Folge 029 – Wie du eine gute Sketchnote anfertigst

 $\underline{https://soundcloud.com/beyourbrand/029-wie-du-eine-gute-sketchnote-anfertigst-interview-mit-stephanie-kowalski}$

[Diskussionsrunde]

Sidepreneur Meetup Frankfurt:

Nebenberufliche Gründer berichten

https://www.sidepreneur.de/sp163-livemitschnitt-meetup-ffm/

[Video-Interview]

Lean Content Marketing:

Die Kraft der Handzeichnung im Content Markweting

 $\underline{https://lean-content-marketing.com/sketchnotes-im-content-marketing-interview-mit-stephanie-kowalski/}$

[Webinar]

Meltwater Deutschland:

Online PR - Trends und Best Practice

 $\underline{https://www.meltwater.com/de/insight/online-pr-trends-best-\underline{practice}/\#$

[Interview]

Visual Storytelling von Pia Kleine Wieskamp:

Sketchnotes und Graphic Recording

https://bit.ly/2Yb6K3O

[Beitrag]

Upload Magazin 55:

Wirkungsvolle Storytellingformate für die Kundenansprache https://upload-magazin.de/blog/22898-storytellingformate/

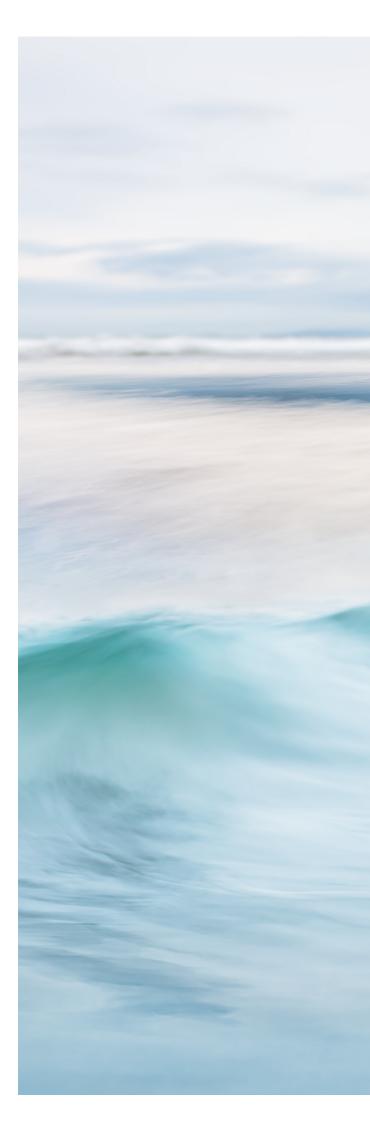
[Beitrag]

Energie durch Entwicklung – New Work:

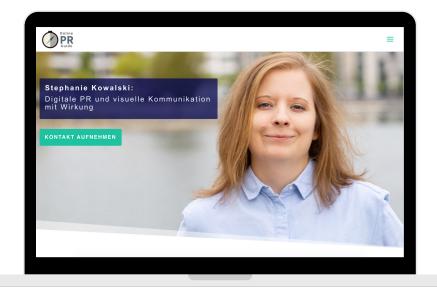
Hilfreiche Visualisierung von komplexen Zusammenhängen

 $\underline{\text{https://www.energie-durch-entwicklung.com/wp-}}$

content/uploads/2019/05/EDE_magazin-01-19_web.pdf



ÜBER DAS BLOG



Auf Online PR Guide schreibe ich über digitale Public Relations und visuelle Kommunikation. Die Digitalisierung ist zwar schon längst in der Kommunikationsbranche angekommen. Im PR-Bereich habe ich aber das Gefühl, dass meine Branchenkollegen und ich noch einiges besser machen und auch mutiger sein können. Das Digitale wird immer mehr zum Standard. Höchste Zeit über den PR-Tellerrand zu schauen, neue Ideen und Technologien auszuprobieren, zu lernen und einfach mal zu machen!

Auch für das Blog versuche ich mich über die neuesten Entwicklungen schlau zu machen und diese in einen PR-Kontext zu setzen. Daneben beschäftige ich mich mit den verschiedensten (Nachbar-) Disziplinen wie Storytelling, Visuelle Kommunikation, Personal Branding, Content Creation nehme diese unter die Lupe, fasse die wichtigsten Erkenntnisse zusammen und teile sie mit anderen PRIern. Buchrezensionen, Interviews, Anleitungen, Infografiken, Präsentationen, Erklär- und Teaservideos runden das Inhalts- und Formatespektrum von Online PR Guide ab.

Wer sich über Public Relations und Kommunikation hinaus informiert, neues dazu lernt und dieses neue Wissen in seine Kommunikationsstrategie(n) mit einfließen lässt, meistert auch den digitalen Bereich. Das Wissen, dass ich zu visueller Kommunikation teile, kann PRlern dabei helfen, ihren vielleicht noch etwas textlastigen Alltag etwas bunter zu gestalten. Hierfür können meine Beiträge, Videos oder Newsletter zu Rate gezogen werden. Für Fragen stehe ich jeder Zeit gerne zur Verfügung und bin für fast jede gemeinsame kreative, kommunikative und freiberufliche Schandtat bereit.;-)

Mit Online PR Guide versuche ich (klassischen) PRlern gänzlich die Angst vorm Digitalen zu nehmen, sie zu motivieren, die eigenen Scheuklappen abzunehmen und den Mut zu haben, neue Dinge anzupacken und zu erlernen.



CONTENT QUEENS GLOBAL

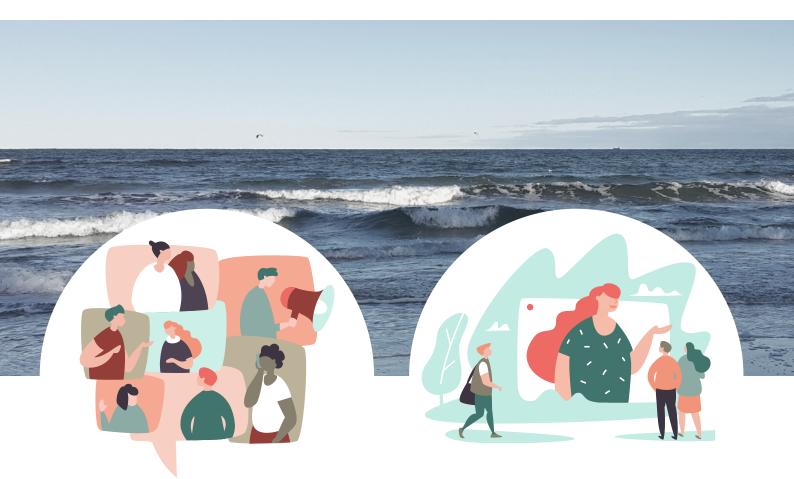
"GANZ STILL, LEISE, UNAUFGEREGT UND KLUG. MIT FÄHIGKEITEN, DIE ZUM STAUNEN BRINGEN UND SPRACHLOS MACHEN. SO EIN LOTTOGEWINN IST FÜR UNS DIE GROSSARTIGE ONLINE PR-EXPERTIN UND SKETCHNOTES KORYPHÄRE STEPHANIE A. KOWALSKI."

DIGITALE PUBLIC RELATIONS \



\\ VISUELLE KOMMUNIKATION

BLOGTHEMEN



DIGITALE PUBLIC RELATIONS

Online PR gilt als Erweiterung der klassischen PR. Sie ist das bewusste, geplante und dauernde Engagement einer Organisation oder einer Persönlichkeit im Social Web. Sie führt dialogorientierte Kommunikation mit einer weitaus größeren Interessengruppe als bei der klassischen PR.

Auf die Zielgruppe zugeschnittene Inhalte spielen eine wesentliche Rolle. Ohne Instrumente aus Marketing, Social Media und Suchmaschinenoptimierung ist Online PR nur schwierig umzusetzen. Dabei sollte nicht vergessen werden, dass die Ziele denen der klassischen PR ähneln. Online PR kann nur dann funktionieren, wenn sie die für sich selbst sinnvollen Kanäle nutzt. Die ehrliche und konstante Interaktion mit den unterschiedlichen Dialoggruppen ist nicht nur ein Muss, sondern auch erfolgsentscheidend.

Um die Zielgruppe erreichen zu können, sollten Kommunikationskanäle wie Internetauftritt, Blog oder Social Media-Profil ansprechend und benutzerfreundlich gestaltet werden

VISUELLE KOMMUNIKATION

Wir besitzen die Fähigkeit, uns an bereits gesehene Bilder erinnern zu können, indem wir diese in unserem Kopf abrufen. Ein Motiv hat uns vielleicht nicht begeistert, aber unser Unterbewusstsein hat es dennoch als Eindruck abgespeichert. Diesen ersten Eindruck erhalten wir mittels visueller – also nonverbaler - Kommunikation. Dazu zählen gemalte Bilder, Drucke, Fotografien oder Filme. Wir nehmen beim Betrachten dieser Dinge Farben und Formen wahr. So entsteht in unserem Gedächtnis ein Bild.

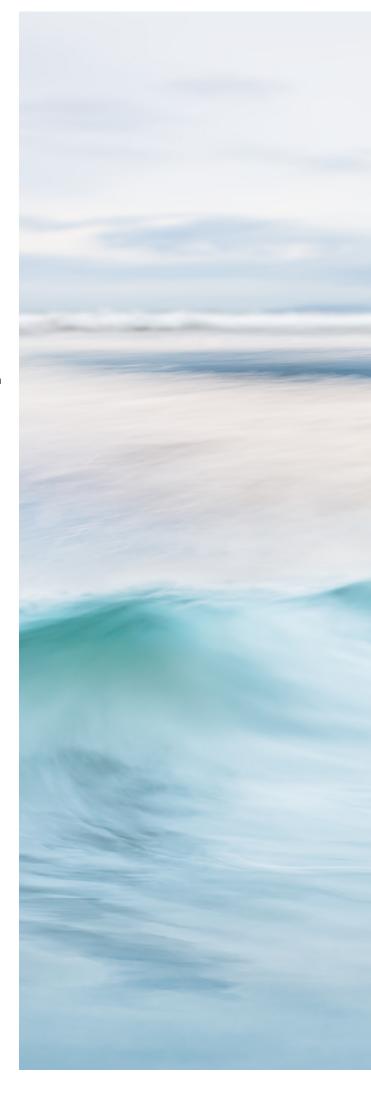
Sinne und Gefühle eines Betrachters können durch visuelle Kommunikation angesprochen werden. Man kann versuchen, dem Betrachter visuell etwas zu vermitteln und eine Wahrnehmung zu erzeugen.

Bildmaterial hat im Rahmen visueller Kommunikation zwei Aufgaben:

- Das Material übermittelt inhaltliche Botschaften und
- begleitet die Kommunikation als visuelle Gedächtnisstütze.

BISHERIGE VERÖFFENT-LICHUNGEN

- Visual Storytelling in der PR: Beispiele, Formate und Tipps zum Loslegen
- Interview: Wie wichtig ist die Positionierung für die Kommunikation in Krisenzeiten?
- "Ich krieg die Krise": Was Kommunikatoren, Freiberufler und Agenturen in schweren Zeiten tun können
- Buchrezension: Business ohne Visual Storytelling noch möglich?
- Duzen oder Siezen? Warum ich meine Leser nicht mehr sieze
- Buchrezension: Mit Corporate Blog unabhängig in die Zukunft?
- Gif Anleitung: Animationen für das Social Web selbst erstellen
- *Update* Personal Kanban, Trello, Kalender: Mit besseren Strukturen zu mehr Produktivität
- Briefing 1×1: Das müssen Kunden, Agenturen und Freelancer wissen
- Buchrezension: Eine Bibel für erfolgreiches Networking?
- Fokus: Das Online PR Guide & Co. Manifest 2019
- Online PR und digitale Kommunikation: Veranstaltungen im Jahr 2019
- Interview: Katastrophenschutz, Social Media und ein Barcamp
- Was muss ein moderner Pressesprecher können?
- CEO und Social Media: In welche Richtung geht's?
- Web-Analyse kann so einfach sein: Interview mit Stefan Evertz
- Talkwalker Quick Search: Eine Social-Media-Suchmaschine für PRIer?
- Buchrezension: Web-Analyse kann so einfach sein
- Buchrezension: Warum auch Introvertierte wie Winnetou sein können
- Online PR für NPO: Interview mit Anna Carla Springob
- Online PR f
 ür NPO: Professionelle Kommunikation f
 ür den guten Zweck
- Corporate Blog statt Magazin: Der Nutzen von Blogs im Jahr 2017
- Monitoring: Wichtiges Werkzeug der Online PR
- Social Media im Arbeitsalltag von PRlern: Kommunikation f
 ür SoMe-Muffel
- #SoMeH: Online PR für kleine und mittelständische Unternehmen
- Einstieg in digitale Kommunikation: Praxisbeispiel LVQ
- Erfolgreiche Online PR: (VII) Start der Online-Kampagne
- Wie Wissenschaft visuell kommuniziert
- Visuelle Kommunikation und Video: Zukunft der Online-PR
- Formatentwicklung: Potenzial bestehender Inhalte praktisch demonstriert
- Erfolgreiche Online PR: (VI) Formatentwicklung
- Erfolgreiche Online PR: (V) Kommunikations- und Content-Audit
- Erfolgreiche Online PR: (IV) Guidelines für die Online Kommunikation
- Einstieg in die Online PR: (III) Corporate Design zeigt Identität
- Erfolgreicher Einstieg in die Online PR: (II) Strukturelle und personelle Voraussetzungen
- Erfolgreicher Einstieg in die Online PR: (I) Strategische Vorbereitungen
- Online PR 1×1: Definitionen, Nutzen und Werkzeuge



DAS BLOG IN ZAHLEN



ONLINE SEIT	Mai 2016
BLOG-BEITRÄGE	47 (Stand 04/2020)
	Im Durchschnitt zwei Blog-Beiträge im Monat
	Veröffentlichung Dienstag oder Mittwoch
KOMMENTARE UND VERLINKUNGEN	116
TRAFFIC	
Unique <u>Visitors</u> :	13.087
Absprungrate:	73%
Seitenbesuche pro Besucher:	2.1
Durchschnittliche Verweildauer:	1 min 31s
Herkunft:	D-A-CH Region
	Stand 12/2018 his 04/2020

Stand 12/2018 bis 04/2020

SOCIAL MEDIA KANÄLE



TWITTER	6583 Followers
LINKEDIN	1142 Followers
REFIND	475 Followers
INSTAGRAM	1112 Followers
PINTEREST	34 Followers
	Stand 04/2020

NEWSLETTER



DIGITALE PUBLIC RELATIONS

Hier nehme ich Neuigkeiten unter die Lupe, ordne sie in die Komms-Welt ein und teile mit Kurzinterviews, Tipps, Tricks und Freebies.

ABONENNTEN	46
ZIELGRUPPE	Kommunikatoren, PRler
WACHSTUM	10%
Monatlicher Versand	Stand 04/2020

VISUELLE KOMMUNIKATION

Im NoteLetter gebe ich Tipps, teile ich Neuigkeiten und Freebies rund um Sketchnotes sowie visuelle Kommunikation.

ABONENNTEN	24
ZIELGRUPPE	Kreative, Interessierte
WACHSTUM	35%
Monatlicher Versand	Stand 04/2020

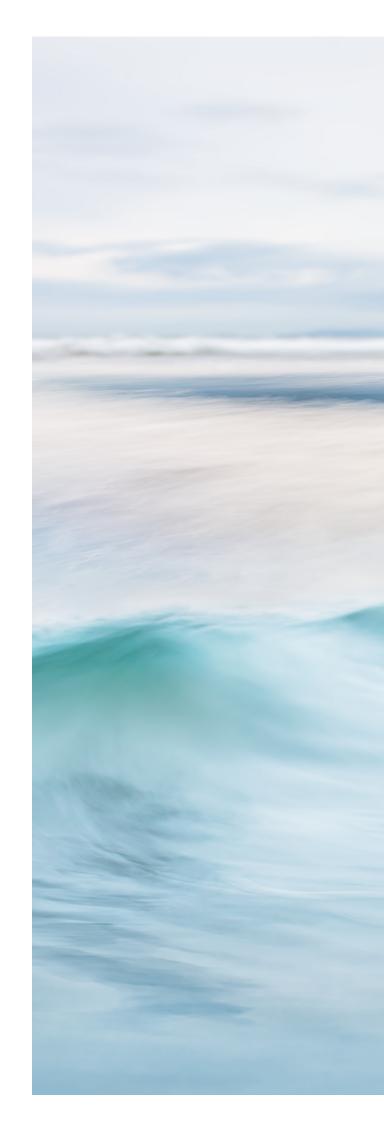
KOOPERATIONEN

ICH BIETE

- Blog-Beiträge auf Online PR Guide
- Blog-Beiträge auf deiner Website
- Berichterstattung von Events via
 Twitter oder Instagram Stories
- Interview auf Online PR Guide oder im Komm.Guide oder NoteLetter

ICH SUCHE

- Gastautoren für Online PR Guide
- Kooperationen mit Veranstaltungen aus der Kommunikations- und Kreativbranche



"DAS EINZIGE, WAS DIE
MENSCHHEIT ZU RETTEN
VERMAG, IST
ZUSAMMENARBEIT, UND
DER WEG ZUR
ZUSAMMENARBEIT NIMMT
IM HERZEN DER
EINZELNEN SEINEN
ANFANG."



DIGITALE PUBLIC RELATIONS



\\ VISUELLE KOMMUNIKATION



KONTAKT

STEPHANIE A. KOWALSKI

MAIL@STEPHANIEAKOWALSKI.DE

TWITTER:

@STEFFIKOWALSKI

LINKEDIN:

HTTPS://BIT.LY/LINKEDINSTEFFIAKOWALSKI

INSTAGRAM:

@ STEFFIAKOWALSKI

MOBIL:

+49 176 22 31 97 14