



Online PR ist für viele Gewerbetreibende sinnvoll, daher entschied sich auch der Wirt eines renommierten Berliner Lokals für die Beauftragung der Eckel PR im Bereich der klassischen Pressearbeit in Kombination mit Online PR. Die Agentur erarbeitete daraufhin ein Konzept für die Online-PR mit dem Ergebnis, dass eine Präsenz auf tripadvisor, google + und facebook empfohlen wurde. Darüber hinaus werden gezielt Online-Reiseführer und Gastro-Verzeichnisse kontaktiert, um die Auffindbarkeit über das Internet zu verbessern. Schließlich haben vor allem die Internet-Seiten der großen Medien wie etwa Bild.de oder morgenpost.de oder aber spezialisierte Angebote wie Top10 Berlin hohe Reichweiten und verbessern so das Suchmaschinen-Ranking deutlich. Die klassische Online PR hat jedoch den Nachteil, dass sie keine Möglichkeit zur Interaktion und zur Bewertung für die Kunden beinhaltet. Diese Möglichkeiten bieten jedoch facebook, google + und nach gesonderter Anmeldung auch tripadvisor. Da hier jedoch eine offene Diskussion z.B. auch über die Qualität von Service und Speisen möglich ist, beinhaltet die Präsenz auf diesen Social-Media Plattformen eine besondere, möglichst tagtägliche Kontrolle.

Wie auf negative oder auch positive Kommentare reagiert werden soll, legt die Agentur nach der Beauftragung fest. Dazu wird ein Reaktionskatalog erstellt, der mit dem Kunden durchgegangen wird und der für verschiedene Fälle standardisierte Verhaltensweisen beinhaltet. Schimpft ein Kunde beispielsweise über ein Gericht, das gerade einmal ausgegangen war, kann es sinnvoll sein, dass die Agentur den Kunden im Namen des Gastwirts erneut zum Restaurant-Besuch einlädt. Die Wenigsten werden darauf eingehen, doch die Botschaft an die „Community“ ist eindeutig: Wir stehen zu unseren Versäumnissen und geben uns Mühe, eine solche Situation in Zukunft zu vermeiden.

Es kann aber auch - wie in diesem Fall - vorkommen, dass die Konkurrenz oder ehemalige Mitarbeiter die scheinbare Anonymität des Internets nutzen wollen und ihren Mitbewerber oder Ex-Arbeitgeber negativ bewerten. Eckel Presse & PR hat in diesem Fall nach möglichen Querverbindungen recherchiert und so den Querulanten als ehemaligen Mitarbeiter benannt. Das offenbart die Motivation des Kritikers und kann auch dazu führen, dass der negative Kommentar entsprechend gelöscht wird. Damit in allen Fällen schnell reagiert werden kann, beinhaltet der Reaktionskatalog die gesamte Bandbreite von Lob bis Tadel und erlaubt es der Agentur, ohne ständige Rücksprache mit dem Auftraggeber auf Beiträge in sozialen Medien zu reagieren.

Die sozialen Medien leben jedoch nicht nur von den Besuchern, auch die Gewerbetreibenden selbst können hier ihre Neuigkeiten Mitteilen - sei es das Richtfest des Unternehmens oder aber eine neue Speisekarte oder Auszeichnung. Auch für Einladungen zu Veranstaltungen, Gewinnspiele oder gar Umfragen lassen sich über die sozialen Medien durchführen. So hat Eckel PR im Rahmen der Neugestaltung der Speisekarte das Lieblingsgericht der Facebook-Freunde abgefragt und es in die Speisekarte integriert. Nun können die Facebook-Fans in ihrem Lokal ihr Lieblingsgericht genießen und sogleich mit ihren Freunden teilen. Ein wichtiger Multiplikator weit über die Landesgrenze hinaus.