

Datenanalyse-Tool bei der dpa

Studie statt Marketing – Erfolgreiche PR mit fachlich exzellenten Studien

Kennziffern

Im Vergleich zur klassischen Anzeigenschaltung zeigt sich die hohe Wirtschaftlichkeit von PR-Maßnahmen bei erhöhter Glaubwürdigkeit und Expertise im Vergleich zu Werbemaßnahmen.



5.000 €

PR-Agentur



bis zu 500k €

Anzeigen-Wert



bis zu 1,5 Mio. €

PR-Wert (Faktor 3)



60-300:1

ROI-Wert

HERAUSFORDERUNG

Der Kunde, ein Anbieter einer Datenanalyse-Software, vertreibt ein erklärungsbedürftiges Produkt mit einzigartigen Funktionen: Karten werden in Kacheln von 200x200m aufgeteilt. Die Daten für die Studie sind bereits vorhanden und werden extrapoliert.

LÖSUNGEN

Mietpreisteigerungen und bezahlbarer Wohnraum stehen medial im Fokus. Durch den Vergleich von Haushaltseinkommen und Miethöhe ergibt sich eine hochauflösende Karte der Mietkostenquoten. Im Vergleich mit umliegenden Gemeinden wird direkt auch eine Lösungsmöglichkeit zur Mietkostenreduktion geliefert. Studie und Pressemitteilung werden exklusiv bei der dpa positioniert.



dpa-Meldung erscheint
in mehr als 50
Tageszeitungen



Deutschlandweite
Berichterstattung



Meldung führte zu
Interviewanfragen im
Radio und Print

VORTEILE

Bekanntheit

1

Durch die massive Verbreitung der Meldung wird der Unternehmensname deutschlandweit bekannt.

Expertise

2

Das innovative Datenverfahren wird aufgegriffen und medial transportiert. Die Geschäftsführerin kann in Interviews ihr Fachwissen vorweisen.

Medienreaktion

3

Bekanntheit und Expertise führen zu medialer Resonanz und einer Expertenwahrnehmung durch Journalisten.



UNA IMMOBILIEN-PR
KOMMUNIKATION FÜR DIE
IMMOBILIENWIRTSCHAFT



un@una-immopr.de



una-immopr.de