



PressEssence

essential presence
on the web

von

FIRMENLEITBILD

Die Tourismus- und Bildungsbranche sind durch einen starken interkulturellen Austausch, persönliche Kontakte sowie die Aufgeschlossenheit für neue Länder und Kulturen gekennzeichnet, da in beiden Sektoren interkulturelle Beziehungen durch das Kennenlernen anderer Länder, Sprachen, Bräuche und Gewohnheiten große Bedeutung haben.

Ein Urlaub im fremdsprachigen Ausland, sei es nun ein Erholungs- oder auch ein Bildungs- und Sprachurlaub, ist eine bereichernde Erfahrung, die neben dem Wohlfühleffekt auch zu einer steigenden Toleranz und Achtung neuer Kulturen führt.

Die Möglichkeit, Personen die Schönheiten eines ihnen vielfach unbekannten Landes, fremder Bräuche und Denkweisen sowie einer neuen Sprache näherzubringen, sie dafür zu begeistern, sind mein Antrieb, die Marketingaktivitäten internationaler Tourismusunternehmen mitzugestalten.

Die Identifikation mit dieser Branche sowie meine lange Marketingerfahrung sind die besten Voraussetzungen für eine Zusammenarbeit, wobei für mich maßgeschneiderte Kundenlösungen stets an erster Stelle stehen. Die gezielte Analyse der individuellen Kundenbedürfnisse sowie der Marktsituation ermöglichen die Ausarbeitung flexibler und anpassungsfähiger Marketingkonzepte sowie deren professionelle und zuverlässige Umsetzung, bei denen der Kunde mit seinen persönlichen Anforderungen und seinem individuellen Unternehmensumfeld stets im Mittelpunkt jeglicher Bemühungen steht.

Die Angebote richten sich vorwiegend an Sprachschulen und Beherbergungsbetriebe, wobei eine Stärkung der Marktposition durch zielgruppen- und länderspezifisches Onlinemarketing erreicht wird. Die Verbesserung der Positionierung in den bedeutenden Suchmaschinen sowie die Ansprache der Kunden in ihrer Muttersprache führen zu einer besseren Marktstellung des Unternehmens - die angebotenen Leistungen werden von potentiellen Kunden besser wahrgenommen, ebenso wie auch die Einzigartigkeit des Angebots und die Unterscheidung von Konkurrenzangeboten durch die Kommunikation einer klaren Corporate Identity.

Der Firmensitz von Pressessence ist in Wien, die Marketingtätigkeiten sind aber nicht notwendigerweise auf den deutschsprachigen Raum beschränkt, sondern können sich auf Wunsch des Kunden auch auf den englischsprachigen Markt erstrecken, um die Präsenz nicht nur im deutschsprachigen Gebiet, sondern global auszubauen.

Ein ausgesprochen wesentliches Element, das die Leistungen von Pressessence kennzeichnet ist die große Bedeutung der Kommunikation mit dem Kunden während der gesamten Kooperation: jegliche Maßnahmen werden ständig auf die Kundenbedürfnisse abgestimmt, und dies umfasst alle Bereiche, von der Bedarfsanalyse über die Durchführung der Maßnahmen bis hin zu einer konstanten Reflexion der Ergebnisse, was wiederum Anpassungen der erforderlichen Maßnahmen mit sich bringen kann. Im Zuge der Kooperation geht es zunächst einmal darum, das Unternehmen mit seiner Struktur und Geschichte, die angebotenen Dienstleistungen sowie die genauen Bedürfnisse kennenzulernen, um anschließend gemeinsam einen adäquaten Marketingansatz zu erarbeiten.

Diese Integration in das Unternehmen, das Kennenlernen seiner Identität und Entscheidungsträger ermöglicht gezielte und maßgeschneiderte Marketingmaßnahmen, da auf diese Weise die Unternehmensidentität erlebt, dennoch aber stets der Blick eines Außenstehenden gewahrt wird.

Gute Produkte alleine reichen nicht, wenn ihre potentiellen Kunden nichts davon wissen.

Die Bedeutung elektronischer Kommunikationsformen nimmt seit Jahren stetig zu, somit sind auch auf das Internet ausgerichtete kommunikative Maßnahmen immer wichtiger um neue Kunden zu gewinnen.

Die Bereiche des Onlinemarketing sind vielfältig und umfassen im Wesentlichen alle Marketingmaßnahmen, die mit Hilfe des Internets erfolgen können, wobei die Unternehmenswebsite sowohl der Kundenbindung als auch der Akquirierung von Neukunden dient.

Einen wesentlichen Aspekt des Onlinemarketing bildet das Suchmaschinenmarketing (SEM, Search Engine Marketing); das sind alle Maßnahmen, die auf die Verbesserung des Rankings einer Webpräsenz in den Ergebnisseiten von Suchmaschinen abzielen. Dies wird neben der Schaltung von bezahlten Suchmaschinenergebnissen (z.B. Google AdWords), vor allem durch Suchmaschinen-Optimierung (SEO, Search Engine Optimization) erreicht.

Hierbei wird analysiert, wie Suchmaschinen Webseiten und deren Inhalte indizieren, bewerten und in der Ergebnisübersicht sortieren; von größter Relevanz bei dieser Tätigkeit sind die Auswahl geeigneter Suchbegriffe, die Suchworddichte auf der Webseite sowie die Wörter, die im Seitentitel (Title-Tag), in ausgewiesenen Überschriften (H1-, H2-Tags), in Textlinks und innerhalb der URL vorkommen.

Für eine gute Positionierung genügt es aber nicht, lediglich die Struktur der Webseite zu verbessern. Um eine gute Sichtbarkeit in Suchmaschinen zu gewährleisten, müssen unbedingt auch die Quantität und Qualität der eingehenden Links (Backlinks) mit in Betracht gezogen werden (OffPage-Optimierung); aus diesem Grund muss großer Wert auf die durchgeführten Seiteneinträge gelegt werden: es ist wesentlich, dass die Registrierungen auf themenrelevanten Seiten erfolgen, die ihrerseits über eine gute Positionierung und Webumgebung (high-trust sites) verfügen.

Weitere Bedeutung kommt dem Affiliate-Marketing zu, bei der eine Vielzahl von Partnerseiten (Affiliates) genutzt werden, um die Dienstleistung zu vermarkten. Diese Form der Marketingaktivitäten ist vor allem bei Kooperationen mit Reiseagenturen sowie bei einigen Themenportalen relevant; die Vergütung kann als pay per lead (Generierung eines Kundenkontaktes), pay per click (Klick auf die Webseite oder den Banner) oder auch als pay per sale (Verkauf, der über die Werbemaßnahme des Affiliates zustande kommt) erfolgen.

Marketing Leistungen

- Mehr Präsenz
Eine bessere Auffindbarkeit führt zu mehr Besuchen potentieller Kunden und folglich auch zu mehr Buchungen, was vielfach auch zu einer besseren Auslastung in der Nebensaison führen kann.
- Jetzt in die Zukunft investieren
Nicht nur in „guten“, sondern im speziellen auch in scheinbar schlechten Zeiten sind Marketinginvestitionen bedeutsam. Investitionen zu Zeiten, in denen die Marktsituation nicht unbedingt vorteilhaft ist, sind bedeutsam für die Zukunft, da sie einen Vorsprung gegenüber der Konkurrenz und ein gestärktes Hervorgehen aus der Krise ermöglichen.
- Zielgruppenspezifisches Auftreten
Eine gute Marketingstrategie analysiert zunächst die Struktur des Unternehmens, evaluiert die eigenen Angebote sowie die Leistungen der Konkurrenten und klärt exakt, an wen die Angebote gerichtet werden sollen; nur auf diese Weise ist es möglich, ein starkes Unternehmensprofil zu transportieren und mit seinen Angeboten genau die richtige Zielgruppe anzusprechen.
- Abgrenzung gegenüber der Konkurrenz
Eine klare Positionierung auf dem Markt ermöglicht es, die Einzigartigkeit der eigenen Leistungen und die Besonderheiten des Unternehmens potentiellen Kunden gegenüber zu kommunizieren und sich auf diese Weise klar von Konkurrenzangeboten abzuheben.
- Transparentere Angebote
Eine effektive Kommunikation sorgt für eine größere Transparenz; der Kunde hat eine bessere Vorstellung davon, was ihn erwartet, was wiederum für eine höhere Kundenzufriedenheit und somit auch für mehr Kundenloyalität sorgt.
- Erfolgreich durch ein konsequentes Konzept
Ein konsequentes, kontinuierliches und individuell abgestimmtes Marketingkonzept führt zweifelsohne zu besseren und auch kontrollierbareren Erfolgen als konzeptlose Werbemaßnahme, einmal hier und einmal dort.
- Kein Risiko
Ein kostengünstiger Probemonat ermöglicht es Ihnen, meine Tätigkeit besser kennenzulernen und anschließend zu entscheiden, ob und in welcher Form sie die Zusammenarbeit fortsetzen möchten.

ÜBERSETZUNGEN

Kommunizieren Sie in der Sprache Ihrer Kunden.

Der Ausbau der weltweiten Wirtschaftsbeziehungen und die Globalisierung des Weltmarktes führen dazu, dass Übersetzungen immer mehr an Bedeutung gewinnen.

Der Begriff Übersetzung entstammt der Sprach- und Kulturvermittlung (Translation) und bezeichnet die Übertragung eines Textes von einer Ausgangssprache in eine Zielsprache.

Ältere übersetzungswissenschaftliche Ansätze vertreten die Auffassung, der Übersetzer sollte möglichst alle Aspekte des Ausgangstextes, wie etwa auch Metaphern oder Satzmuster, gleichermaßen berücksichtigen. In den letzten Jahren wird mehr Wert darauf gelegt, dass die Übersetzung genau die vorher zu definierenden Anforderungen des Zieltextlesers erfüllt, wobei auch sogenannten „textexternen Faktoren“ wie Ort und Zeit, Intention des Senders und Erwartung des Empfängers, Konventionen für bestimmte Textsorten in der Zielkultur usw. große Bedeutung zukommt.

Es muss darauf geachtet werden, dass der Zieltext eine elementare Rückbindung an den Ausgangstext besitzt und zugleich auch die Anforderungen des Lesers des zielsprachlichen Textes erfüllt. Dies ist nur bei einer genauen Kenntnis der kulturellen und sozialen Hintergründe sowie von Funktion, Zweck und Strategie der Übersetzung möglich.

Immer wieder wird versucht, mit Hilfe eines Computerprogramms Übersetzungen automatisch durchzuführen (computer-assisted translation, CAT). Die Textqualität maschineller Übersetzungen ist aber zumeist von schlechter Qualität und reicht an Humanübersetzungen nicht annähernd heran.

QUALIFIKATIONEN

Nach einem Universitätsabschluss in Internationaler Betriebswirtschaftslehre mit Schwerpunkt Marketing in Wien und einem Studienaufenthalt an der London School of Economics in London erfolgte ein zweijähriger Auslandsaufenthalt in Rom mit Tätigkeiten in der Bildungs- und Tourismusbranche. Zurückgekehrt nach Wien setzte ich meine Aktivitäten in diesem Bereich fort und beschloss nach einigen erfolgreichen Projekten selbständig tätig zu werden. Verschiedenste Fortbildungsmaßnahmen und zahlreiche Sprachkurse im In- und Ausland runden mein Kurzprofil ab.

Qualifikationskriterien, fachliche Kompetenzen

Ich bin seit 2001 in der Branche tätig und habe im Laufe der Jahre viele hilfreiche Kontakte geknüpft, Fähigkeiten und Branchenkenntnisse erworben, die ich im Interesse meiner Kunden einsetze, wobei die Kriterien der Professionalität, Flexibilität, Zuverlässigkeit und Transparenz meine Tätigkeit wesentlich prägen.

Eigenantrieb

Mein Interesse an fremden Ländern und Kulturen sowie der Wunsch, das Verständnis zwischen den Kulturen zu verbessern, sind wesentliche Antriebsfaktoren für meine Tätigkeit; so erfüllt es mich auch mit Zufriedenheit, wenn es mir möglich ist, gemeinsam mit meinen Kunden die gesteckten Ziele zu erreichen und nach harter Arbeit den Erfolg der gemeinsamen Tätigkeit zu sehen.

Danksagung

Ich möchte mich auf diesem Wege bei meinen Kunden für das mir entgegengebrachte Vertrauen und ihre Treue in den letzten Jahren bedanken und freue mich schon darauf, den eingeschlagenen Weg weiterhin erfolgreich gemeinsam zu beschreiten.

REFERENZEN

Es gibt Kollaborationen mit großen wie auch mit kleinen Firmen, langjährige Partnerschaften ebenso wie auch kurzfristige, fokussierte Marketingaktivitäten.

In diesen Jahren der Tätigkeit im Onlinemarketing konnte ein großer Erfahrungsschatz aufgebaut werden, der in jede Zusammenarbeit einfließt, wobei es vor allem die Erarbeitung maßgeschneiderter Lösungen und die flexiblen, auf die individuellen Bedürfnisse abgestimmten Tätigkeiten sind, die dazu führten, dass ich einige internationale Unternehmen bereits seit Jahren zu meinen Kunden zählen darf und in enger Zusammenarbeit mit den jeweiligen Entscheidungsträgern das Marketing dieser Unternehmen mitgestalten kann.