



Was tut gesprächswert?

02

Ob Internetauftritt, Pressearbeit, Newsletter, Imagebroschüre oder ein Konzept, das alle Instrumente strategisch zusammenführt: gesprächswert bearbeitet jeden Auftrag mit der gleichen Sorgfalt.

Von gesprächswert erbrachte Dienstleistungen:

- |> Beratung in Fragen der externen und internen Kommunikation
- |> Strategie- und Konzeptentwicklung
- |> Text und Redaktion
- |> Projektmanagement und Evaluation

Konkrete Projekte sind zum Beispiel:

- |> Konzept, Text und Redaktion für Internet, Intranet, Newsletter, Flyer, Broschüre, Nachbarschaftszeitung, Mitarbeiterpublikation
- |> Konzept und Text für Pressemappe, Pressemeldung, PR-Artikel; Erstellen und Pflegen der Presseverteiler
- |> Konzept, Text und Umsetzung für Jubiläumsschrift, Jahresbericht, Imagebroschüre
- |> Entwickeln eines strategischen Kommunikationskonzepts samt Maßnahmenplan
- |> Beratung in Fragen der Unternehmenskommunikation

Fehlt etwas? Fragen Sie einfach nach.

Wer ist geschäftswert?

04

Sigi Lieb hat geschäftswert im März 2007 gegründet.

Sie ist ausgebildete Journalistin, zertifizierte PR-Beraterin und verfügt über viele Jahre Erfahrung als Journalistin und Texterin für renommierte Medien und große Unternehmen und Organisationen. Ihre Kernkompetenzen liegen in den Bereichen Text, Konzeption und Beratung.

Für andere Aufgaben in der PR arbeitet geschäftswert mit einem erfahrenen und exzellenten Netzwerk von Dienstleistern aus den Bereichen Grafik, Webdesign, Softwareentwicklung, Fotografie und Illustration zusammen.



Das sagen andere:

„Sie stellt die richtigen Fragen und entwickelt daraus kreative Konzepte und Texte. Klar, präzise und pünktlich in der Abwicklung. Mit Sigi Lieb arbeite ich immer wieder gerne zusammen.“

Gabriele Rempe, geschäftsführende Gesellschafterin bios Rempe GmbH, Hamm

„Vor allem bei komplexen Projekten arbeite ich gern mit Frau Lieb zusammen, da sie auch dann wichtige Details nicht aus dem Auge verliert. Außerdem schätze ich die konstant hohe Qualität ihrer Arbeit, auch bei großem Termindruck.“

Barbara Renz, Projektleiterin, Text und Konzeption, Hansen Kommunikation GmbH, Köln,

„Hallo Frau Lieb, Ihre Hinweise und Anregungen waren für mich wieder sehr den Punkt treffend und wertvoll !!!“

Bertram Abel, Unternehmensberater, Gelsenkirchen

Gezielter müsste die Frage lauten: Wer leistet sich professionelle PR?

Denn egal, ob die Maßnahmen strategisch geplant oder spontan umgesetzt werden: Jedes Unternehmen kommuniziert und erzeugt so ein Bild von sich; bei seinen Kunden, Mitgliedern, Mitarbeitern, Lieferanten, aber auch Verbänden, Politikern und der Verwaltung, den Nachbarn, bei Journalisten und der Öffentlichkeit im Allgemeinen.

Gut ist es, wenn bei diesen wichtigen Gruppen ein in sich stimmiges Bild des Unternehmens entsteht. So kann Vertrauen wachsen. Vertrauen erzeugt Glaubwürdigkeit und verschafft Handlungsspielraum.

Dies ist die Basis für eine erfolgreiche Geschäftsentwicklung und eine nachhaltige Positionierung am Markt.

Gute Chancen haben Unternehmen, deren Kommunikation klar ist, einer Strategie bzw. einem roten Faden folgt und auf die Unternehmensziele ausgerichtet ist.

Glück hat, wer ein Naturtalent ist. Für die meisten bedeutet dies harte Arbeit.

Kontakt:

gesprächswert

Sigi Lieb

Blumenthalstr. 60, 50668 Köln

Telefon: 0221. 168 29 66

E-Mail: mail@gespraechswert.de

www.gespraechswert.de

Entscheidend ist das Bild, das Sie sich machen!

Der Unterschied zwischen Reklame, Werbung und Public Relations
am praktischen Beispiel von Mann und Frau:

Reklame ist, wenn er ihr den ganzen Abend erzählt, was er für ein toller Typ ist.

Werbung ist, wenn er ihr den ganzen Abend erzählt, was sie für eine tolle Frau ist.

PR ist, wenn ihre beste Freundin ihr erzählt, was er für ein toller Typ ist.