

Inzet van public relations loont!

Af en toe een bosje bloemen of een romantisch weekendje weg. Iedereen is het erover eens: aan een goede privé-relatie moet je werken. Zakelijk is dit ook van belang. Goede contacten en een goede naam zijn cruciaal. Het is belangrijk om hierin te investeren.



Peter Pors

Hoe schrijft u een persbericht?

Schrijf korte en actieve zinnen

Geef in de eerste vijf regels antwoord op de vragen wie, wat, waar, waarom en hoe

Plaats boven de tekst de vermelding PERSBERICHT

Vergeet niet om uw contactgegevens te vermelden

Positief imago

De term public relations (PR) is u vast niet onbekend. Het is één van die begrippen die we steeds vaker horen als het gaat om naamsbekendheid en publiciteit. PR is geen reclame zoals wel eens gedacht wordt. Reclame zet u in om een product of specifieke dienst te verkopen. Met PR werkt u aan het imago van uw organisatie. Een goed imago trekt de juiste klanten aan. Eén van de randvoorwaarden voor goede PR is de inzet van opvallende bedrijfsuitingen. Denk aan een verzorgde huisstijl en een actuele website.

Free publicity

Veel ondernemers denken dat zij alleen in een krant of vakblad komen door advertentieruimte in te kopen. Dit is een misverstand. U kunt, door enige inspanning, redactionele aandacht krijgen in een dagblad of magazine. Op deze manier staat uw onderneming in de schijnwerpers zonder dat u veel geld kwijt bent voor een advertentie. We noemen dit free publicity.

Als u nieuws heeft over uw bedrijf heeft, zoekt u contact met een redacteur. Die is vaak bereid om er aandacht aan te besteden mits hij of zij er voldoende nieuwswaarde in ziet. U dient zelf informatie aan te leveren in de vorm van een persbericht. Als u een goed geschreven persbericht aanbiedt, is de kans op plaatsing groot.

Mediaselectie

In de praktijk blijkt het voor een ondernemer vaak lastig om een goed persbericht op te stellen. Ook vragen veel ondernemers zich af of zij nieuwswaardige informatie hebben. Om deze reden schakelen organisaties een PR-bureau in. Pors|de Ridder PR uit Ede is zo'n bureau. Zij zoeken samen met u naar een nieuwswaardig feit en schrijven vervolgens een aantrekkelijk persbericht. Dit persbericht voldoet aan de eisen om geplaatst te worden. Naast de nodige kennis heeft een PR-bureau veel contact met redacteurs. Zij kunnen daardoor precies de juiste mediaselectie maken voor uw nieuwsartikel. Kortom, een PR-bureau helpt op de goede weg en neemt u veel werk uit handen.

Goede mix

Uiteraard kunt u op meerdere manieren uw onderneming positief onder de aandacht brengen. Sommige ondernemers werken aan hun relatie met klanten en omgeving door een open dag, productlancering of persconferentie. Zij verwerven hierbij extra publiciteit door de inzet van free publicity. Het draait bij alle PR-activiteiten vooral om een goede mix. Ondernemers die zich hierin onderscheiden vallen op en scoren.

Pors | de Ridder
communicatie & public relations