

## Whitepaper: free-publicity genereren voor een evenement

### Tips om jouw evenement 'in de krant' te krijgen

Je hebt een mooi evenement georganiseerd. Er is veel te beleven en er staan goede sprekers op de rol. Toch laten de nieuwsmedia jouw persbericht onaangeroerd. Klinkt bekend? Verzin een list. Geef journalisten nieuws en een 'cliffhanger' en free-publicity valt jou ten deel.

In een [eerdere blog](#) legde ik al uit waarom veel persberichten doodgeboren kindjes zijn. 'De pers aankondiging' en 'de uitnodiging' zijn daar goede voorbeelden van. Uitnodigingen en aankondigingen worden door journalisten ervaren als 'promotionele content' en worden daarom vrijwel altijd genegeerd.



## **Journalistiek goud**

En toch liggen er vaak genoeg kansen om met een evenement nieuwskoppen te schrijven in 'de krant'. De gastheer en de gastsprekers zitten veelal, zonder het zelf te weten, op journalistiek goud. Delf die rijkdommen!

Schrijf krantenkoppen met wat jouw sprekers te vertellen hebben. Op vrijwel elk evenement betreden sprekers het podium. Ze bereiden zich doorgaans goed voor wanneer ze een groot publiek gaan toespreken. De teksten hebben ze vaak al weken van tevoren klaarliggen. Een enkeling komt er zelfs mee weg om stokoude speeches van stal te halen en nieuw leven in te blazen. Geeft niets. Doe er iets mee.

## **Even een duwtje geven**

Het werkt echt. Deze week kwam ik een mooi voorbeeld tegen. De [organisatoren](#) van het congres [The Next Web](#) wisten met een opgewarmd nieuwtje uit de mond van Amazon-baas Werner Vogels het congres nog even in het nieuws te duwen. Het toonaangevende vakblad Emmerce haakte aan op het bericht dat Amazon Nederlandse startups gaat helpen bij het vinden van groeikapitaal. Zo wisten de organisatoren wat free-publicity te scoren voor hun evenement.



"Psst, Senator, not that one —  
that's your *hidden agenda!*"

© Baloo

Dat Vogels [die aankondiging](#) al in februari van dit jaar deed, deert niet. De Amazon-topman herhaalt zijn belofte op het congres en zal zijn beslissing ongetwijfeld toelichten. Reden voor de Emerce-redactie dus om nog even [de aandacht te vestigen op het congres](#).

### Stappenplan voor het persbericht

De strategie die ik hier voorstel, vergt wat voorbereiding. Maar daarmee maak je wel een onderscheidend en effectief persbericht. Hieronder een stappenplan voor het maken van een persbericht over een evenement:

- **Zoek het journalistieke goud in jouw evenement:**

Inventariseer, zodra het thema en de gastsprekers bekend zijn, wat er op het evenement gezegd wordt. Vraag speeches op, houd voorgesprekken, stem af met de gastheer en de gastsprekers wat ze gaan zeggen.

- **Schrijf een ronkende nieuwskop:**

Zoek 'de klokkenluider' in je spreker. Verleid sprekers tot prikkelende uitspraken. Interview ze over hun speech. Vind uit wat ze écht bezighoudt. Zoek de diepgang. Probeer voorbij de politiek correcte

uitspraken en de succesverhalen te komen. Als je de passie van je spreker hebt aangeraakt, zal die het waarderen dat jij daar een mooi en prikkelend persbericht van maakt.

- **Schrijf 'journalistiek':**

Zorg dat je verhaal zoveel mogelijk [kant-en-klaar voor publicatie](#) wordt aangeleverd. Hoe minder redactionele bewerking het nodig heeft, hoe meer kans op publicatie.

- **Maak een 'cliffhanger':**

Zorg dat je niet alles weggeeft. Beloof in het persbericht dat jouw spreker zijn uitspraken toelicht. Zo verleid je de journalist om in zijn artikel te verwijzen naar jouw evenement. Zijn lezers zullen belangstelling krijgen om het evenement te bezoeken. Ze willen 'het hele verhaal' horen en misschien ook wat anderen van de toespraak vinden. Daar zit jouw 'promotionele winst'. Dat is de bedoeling van de hele exercitie.

- **Luid de klok:**

Tenslotte. Bel nieuwsredacties nadat je ze het persbericht hebt gestuurd. Maak een selectie van journalisten waarvan je op voorhand mag aannemen dat ze belangstelling hebben. Bel ze op en vraag of ze het interessant vinden. Licht toe. Doe suggesties voor bronnen die ze over dit onderwerp nog meer om een reactie kunnen vragen. Help ze verder om dit verhaal te maken.

**Kom je er niet uit? Bel dan even: 085-8768874**

[©Snappy Persdiensten 2015](#)

**Vind je dit nuttige informatie? Deel het met je vrienden!**