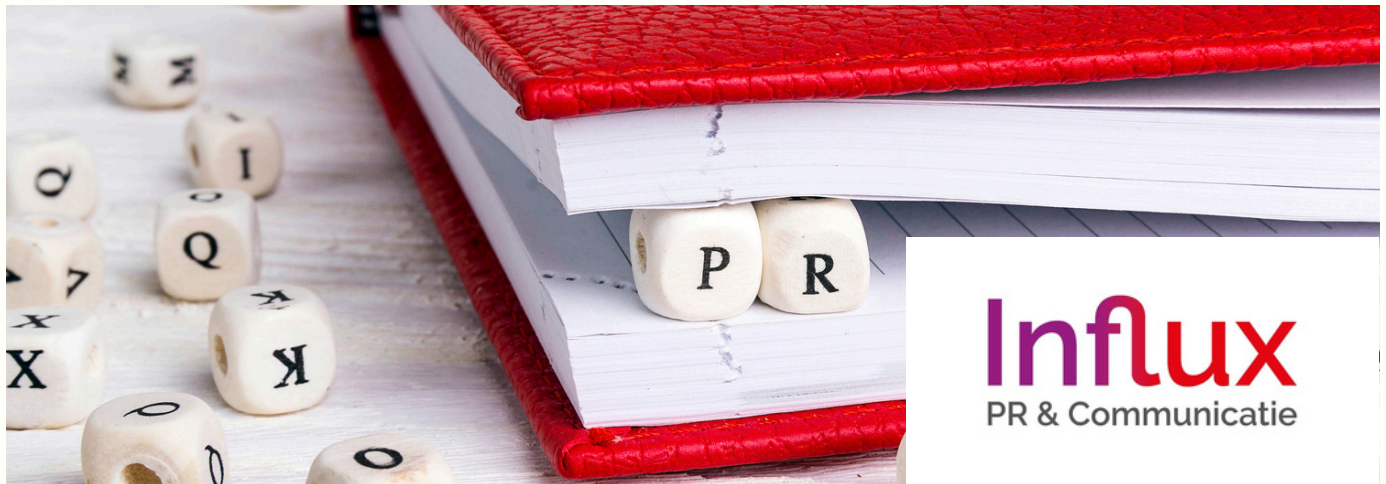


# HOE SCHRIJF JE EEN PERSBERICHT DAT TRIGGERT - 5 TIPS



Een persbericht is heel geschikt om nieuws over jouw bedrijf of productlancering onder de aandacht te brengen bij journalisten. Appeltje-eitje denk je misschien, maar het schrijven van een goed persbericht is lastiger dan je denkt. Hoe maak je het tot een succes? Deze vijf tips gaan je zeker helpen.

## **Tip 1 - Zorg dat je opvalt**

Journalisten hebben strakke deadlines, weinig tijd en een overvolle mailbox. Hoe zorg je ervoor dat jouw persbericht opvalt en wel wordt gelezen? Alles staat of valt met de juiste opbouw en structuur. Zorg ervoor dat de belangrijkste informatie (de 4 W's) in de eerste alinea staat. Trigger met een pakkende onderwerpregel en een kop.

## **Tip 2 - Verplaats je in de journalist**

Een persbericht is geen advertentie of verkooppraatje. Focus op de nieuwswaarde van je boodschap en maak duidelijk wat jouw product nieuw en interessant maakt voor de doelgroep. Strooi niet teveel met termen als uniek, geweldig, of zeer geavanceerd. Probeer te schrijven als een journalist. Grote kans dat sommige passages één-op-één worden overgenomen.

**VAL OP - 4W'S**

**VERPLAATS JE IN DE  
JOURNALIST**

**KIES RELEVANTE MEDIA**

**DUBBELCHECK HET  
EINDRESULTAAT**

**NABELLEN? LIEVER NIET!**

### Tip 3 - Kies relevante media

Een up-to-date persbestand is een absolute must. Maar vink niet voor elk persbericht alle namen van journalisten, freelancers en redacties aan. Wel makkelijk en een groot bereik denk je misschien, maar het werkt eerder averechts. Journalisten houden er niet van om gespamd te worden met berichten die niet relevant zijn voor hun lezerspubliek. Weet waar de specifieke interesses van journalisten liggen en maak een weloverwogen selectie. Dit vergroot de kans op publicatie.

### Tip 4 - Final check voor verzending

Het persbericht is klaar voor verzending. Wat kan er nu nog misgaan, zou je denken. Zet toch ook in deze laatste stap de puntjes op de i en dubbelcheck dat je het persbericht echt als blinde kopie verstuurt. Denk ook na over het juiste moment van verzending (niet aan het eind van de middag of in het weekend) en voeg geen grote fotobestanden bij, maar laat een redactie weten dat beeldmateriaal (hoge resolutie) natuurlijk altijd is op te vragen.

### Tip 5 - Nabellen? Liever niet

Zorg ervoor dat je na verzending goed bereikbaar bent, zodat je eventuele vragen van redacties direct kan beantwoorden. Tot slot nog een absolute don't: bel niet naar de redactie of ze jouw persbericht gaan plaatsen. Stel je voor hoe de dag van een journalist eruitziet als iedereen dat doet.



**PR kan jouw organisatie de nodige exposure opleveren. Ook door eenmalig een persbericht te versturen kun je je momentum pakken. Toch is enig verwachtingsmanagement wel op zijn plaats. Want één piekmoment in de media levert je niet direct een sterke naam op in de markt. Ook het claimen van autoriteit op een specifiek gebied duurt langer dan een paar weken. Wil je je naamsbekendheid vergroten of gezien worden als autoriteit in de markt, investeer dan in een structurele aanpak.**

**BENIEUWD HOE JE PR KAN INZETTEN? MAAK GEBRUIK VAN ONZE EXPERTISE!**

**T.055 366 3034**

**E. [INFO@INFLUX-PR.COM](mailto:INFO@INFLUX-PR.COM)**

ZIE JE EEN SAMENWERKING WEL ZITTEN EN GAAN WE VOOR JOU AAN DE SLAG MET EEN PERSBERICHT?

JE KRIJGT DAN EENMALIG 10% KORTING OP ONZE PROJECTPRIJS.

**JANUARI 2025**