

---

# PLAZZO Vorming

19 Mei 2010

---

## Pers & communicatie

Welke verhalen komen in de pers?

Hoe schrijf ik een goed persbericht?

Wat doe ik met online media? ...

---

# programma

- **Intro** Kennismakingsronde
  - **Deel I** Klassieke media en het persbericht
  - *Pauze*
  - Case: “Hoe schrijf ik een goed persbericht?”
  - **Deel II** Nieuwe media
  - **Deel III** Vragen?
-

---

# Deel I Klassieke media en het persbericht

## **Verstuurt u regelmatig persberichten?**

Groot gelijk! Het is een geloofwaardige manier om uw nieuwe diensten, activiteiten of evenementen in de kijker te (laten) zetten.

Tenminste, als uw persbericht ook werkelijk artikelen genereert.

---



" NEE, DIT IS GEEN REKLAMEFOLDERTJE, DIT  
IS EEN JOURNALISTIEK MEESTERWERK !! "

---

---

# Het persbericht: vooraf

**Stuur alleen een persbericht als er sprake is  
van nieuws!**

***wel doelgroepgericht, niet aanbodgericht***

**N i E U W S**

---

# Wat is nieuws?

Antwoord van redacteur  
New York Sun John B.  
Bogart (1848 - 1921),  
op de vraag:

“When a dog bites  
a man, that is not news,  
because it happens so  
often. But if a man bites  
a dog, that is news.”



---

# 10 checks voor nieuwswaarde

1. Nieuw?
  2. Actueel?
  3. Negatief of afwijkend?
  4. Controversieel (conflictstof)?
  5. Sensationeel of spectaculair?
  6. Maatschappelijk relevant (hoeveel mensen)?
  7. Hooggeplaatste of bekende personen?
  8. Identificatie doelpubliek?
  9. Persoonlijke benadering?
  10. Visualisatie?
-

---

# Het persbericht: de regels

- **(1) Hou het kort!**

regel: maximum 1 pagina

- **(2) Top**

boven ieder persbericht staat “persbericht”  
vul dit eventueel aan met verzenddatum en plaats

- **(3) Kop**

regel: wie enkel kop en onder- of bovenkop leest,  
moet weten wat het nieuws is (scannen ipv lezen)

---

# Het persbericht: de regels

- **(4) Inleiding**

regel: '5W+H' wie, wat, waar, wanneer, waarom en hoe



---

# Het persbericht: de regels

- **(5) Midden**

regel: gebruik paragrafen met tussenkopjes

- **(6) Slot**

regel: korte info over uw organisatie →hou dit kort!

- **(7) Contact**

regel: zet onderaan het persbericht uw naam, tel./gsm, e-mailadres, ... (zo volledig mogelijke contactgegevens)

---

---

# Het persbericht: de trucs

Kruip in de huid van de journalist. Hij is:

- **gehaast**, dus gemakzuchtig
  - **verwend**, dus snel verveeld
  - **onderzoekend**, dus wantrouwig
  - **taalvaardig**, dus pietje-precies
-

---

# Gehaast, dus gemakzuchtig

*uit een ideaal persbericht stelt de journalist zijn stukje samen met knip- en plakwerk*

- hoogstens **één A4** - korter is beter
  - korte zinnen in korte alinea's
  - zonder jargon, in de **taal van het doelpubliek**
  - **citaten** van externen → betrouwbaarder
  - eventueel een **webadres** voor foto's in hoge resolutie
  - **nooit! bijlagen** bij een elektronisch persbericht.
-

---

# Verwend, dus snel verveeld

*Een journalist selecteert wat boeiend lijkt a.h.v. de kop en de allereerste zin van de lead. Raken die de juiste snaar, dan leest hij verder. Zo niet: prullenmand!*

- originele binnenkomer: prikkelend of spannend of aangrijpend (getuigenis)
  - directe taal zonder franjes, met actieve zinnen
  - schrijf in de tegenwoordige tijd
-

---

# Onderzoekend, dus wantrouwend

*een journalist is een onderzoeker en is per definitie wantrouwig. Ruikt hij ook maar een zweempje promotiaal? Dan haakt hij af.*

- Klop uzelf niet op de borst, maar blijf zakelijk
  - Beperk u tot de feiten, niets dan de feiten
  - Wees uiterst duidelijk over wat de feiten, en wat de plannen of vermoedens zijn
-

---

# Taalvaardig, dus pietje-precies

Een journalist is per definitie taalvaardig. Het Nederlands is zijn werkinstrument. Hij is dan ook **héél gevoelig voor taal-, stijl- of tikfouten.**

→ persberichten met taalfouten werken als een rode lap op een stier.

---

---

# Versturen van een persbericht

*e-mail is sneller dan papier*



- persbericht in e-mail zelf (bijlage kan als virus worden gezien)
  - doc's en foto's via internet (stuur geen bestanden mee!)
  - platte tekst zonder opmaak
  - heldere onderwerpregel
  - boven de tekst: PERSBERICHT
  - organisatie als afzender (liefst niet vanuit persoonlijk account)
  - NIET met urgentie *hoog* (journalisten bepalen zelf prioriteit)
-

---

# Nog enkele extra tips?

## **Citaten: levendig en geloofwaardig**

Wie citeren? Onafhankelijk onderzoeker -  
aangrijpende getuigenis van lid - bekend persoon

## **Beeld is cruciaal**

Met een beeld, geeft u de journalist iets extra. Grafisch materiaal via de website: zo prikkelt u de journalist ook met andere info op de site!

## **Waar – wanneer – wie**

Kies het juiste medium, richt u tot de juiste persoon en respecteer de timing!

---

---

# Toch niet gelukt? Feedback vragen!

Als uw persbericht niet geplaatst is, vraag dan aan de redactie waarom niet.

Was er iets mis mee?

Leer uit hun feedback voor een volgende keer!

---

---

# Oefening: goed of fout...

## ***Chronisch vermoeidheidssyndroom***

*Zelfhulpgroep in de kijker*

Het chronisch vermoeidheidssyndroom (CVS) is een ernstig invaliderende ziekte van lichamelijke oorsprong. Eén tot twee mensen op duizend leiden aan deze aandoening. Typische klachten zijn een allesoverheesrende geestelijke en lichamelijke uitputting gedurende een periode van minimum zes maanden. Naast griepachtige verschijnselen zoals koorts, vage klachten en spierpijnen, komen ook hoofdpijn, concentratie-, slaap- en geheugenstoornissen voor. De oorzaak van CVS is nog steeds niet bekend. Meer informatie over zelfhulpgroepen vind je terug op [www.zelfhulp.be](http://www.zelfhulp.be)

## ***GGD beveelt Jippy condoom aan***

*Stichting lanceert landelijke campagne en single*

DORDRECHT, 20100519 - De GGD Zuid-Holland Zuid gaat in het vervolg goedkope condooms van de Stichting Jippy verstrekken op de soa-poli, op het reizigersspreekuur en tijdens voorlichtingscampagnes over veilig vrijen. De dienst heeft een aanbevelingsbrief geschreven voor alle andere GGD's in Nederland om haar voorbeeld te volgen.

---

## Deel II Nieuwe media



A word cloud featuring various terms related to new media and technology. The words are arranged in a cluster, with 'google' being the largest and most central. Other prominent words include 'twitter', 'muziek', 'zoekresultaten', 'apple', 'facebook', 'reality', 'augmented', 'bluetooth', 'youtube', 'iphone', 'mobiele', 'muziek', 'realiteit', 'reality', 'telefonie', and 'muziek'.

twitter mobiele muziek  
youtube zoekresultaten  
apple  
iphone google  
telefonie bluetooth augmented  
reality facebook

---

## Persbericht via nieuwe media

De belangrijkste bron van informatie op het web blijken persberichten te zijn.

---

---

## Nieuwe media

Digitale nieuwsbrieven, weblogs, CRM, podcasting, intranet, self service, portals, WIKI's, RSS feeds; Facebook-fanpagina, LinkedIn-groep, Twitter...

---

---

# Gisteren of overmorgen?

**2007**

“nee, dank je. Ik gooi mijn privé-leven niet op het internet.”

**2010**

Nieuwe media zijn niet meer weg te denken uit ons sociaal leven

Cf. GSM in jaren '90

---



---

## Deel III: vraagmoment

- *vraag van Plazzo:*  
interesse in een vormings sessie rond nieuwe media?
  - *vragen aan de groep:*  
vragen of knelpunten i.v.m. pers & communicatie?
  - *vragen aan Plazzo:*  
specifieke vragen over deze sessie?
-

---

# Slot

- Evaluatieformulier
  - Aankondigingen:
    - Najaar: vormingen i.s.m. Trefpunt Zelfhulp & Koning Boudewijn Stichting
    - Sociale trefdag van Gent 8/10/2010: workshop Plazzo
-

---

# Bronnen

- Schrijf.be
  - freepublicity.nu
  - Apestaartjaren.be
  - ...
-

---

Plazzo dankt u hartelijk voor  
uw aandacht!

Nog vragen? Neem gerust contact op!

---

Tine Vandelacluze, stafmedewerker Plazzo

t. 09 225.91.33

[info@plazzo.be](mailto:info@plazzo.be)

[www.plazzo.be](http://www.plazzo.be)