

Tips voor promotie

Natuurlijk willen jullie zoveel mogelijk mensen enthousiasmeren om mee te doen met jullie Vredesweekactiviteit(en). Maar hoe bereik je jullie publiek op de beste manier? In dit document vinden jullie tips voor de promotie van jullie Vredesweekprogramma.

Om mensen te laten weten dat de Vredesweek bestaat en wat jullie in dit kader organiseren, kun je onder meer lokale media, sociale media en de netwerken van de organisatoren inzetten. Dat jullie onderdeel zijn van een landelijke Vredesweek versterkt vaak de interesse van journalisten. Dit plaatst de evenementen in een breder perspectief en maakt duidelijk dat het om een week gaat die in heel Nederland gehouden wordt. Journalisten vinden het dan leuk om te verslaan wat er in hun dorp of stad gebeurt. Belangrijk is daarbij om ook PAX als initiatiefnemer te noemen. Neem in jullie pers- of nieuwsbericht bijvoorbeeld de volgende zin op: [*naam activiteit*] wordt gehouden tijdens de nationale Vredesweek, een initiatief van PAX.

Mediaplan

Voordat jullie beginnen met de promotie is het slim om een mediaplan te maken. Dit plan bestaat uit de volgende onderdelen:

1. Inventarisatie van mediakanalen

Welke (wijk)kranten, radio- en tv-zenders en websites zijn er in jullie gemeente en provincie? Welke sociale media kanalen? Heeft jullie gemeente een Facebookpagina, zit de lokale krant op Twitter? Zijn er websites waarop je zelf berichten kunt plaatsen? Bij steeds meer huis-aan-huiskranten is het mogelijk om zelf nieuws online te plaatsen. Denk ook aan sites als www.dichtbij.nl, www.uitzinnig.nl en www.indebuurt.nl, een nieuw initiatief van De Persgroep.

2. Maak een planning

Wanneer wil je je activiteit in de krant of online gepubliceerd hebben? Maak op basis daarvan een planning voor het benaderen van de verschillende media. Houd er rekening mee dat papieren kranten een deadline hebben. Het is verstandig je activiteit ongeveer een week voordat je het in de krant wilt laten plaatsen, aan te kondigen.

3. Schrijf een persbericht

Maak een persbericht waarin je in ieder geval antwoord geeft op de vijf W's en de H: wie, wat, wanneer, waar, waarom en hoe. Zie hieronder voor meer tips voor het schrijven van een persbericht en voor het formuleren van boodschappen op sociale media.

4. Bedenk vooraf wat je een medium kunt bieden

Heb je een woordvoerder die eventueel een interview kan geven? Kan iemand van de krant ook langskomen tijdens een evenement? Is er dan iemand aanwezig om vragen te beantwoorden?

5. Benader de media

Het versturen van een persbericht alléén is vaak niet voldoende; redacties ontvangen dagelijks tientallen persberichten. Het werkt vaak goed om eerst even te bellen met de redactie en vervolgens je persbericht te sturen. In de begeleidende mail kun je dan refereren aan je telefoongesprek. Je kunt er ook voor kiezen om eerst je persbericht te sturen en één of twee dag later even na te bellen om de redactie te attenderen op het persbericht. Voor sociale media geldt dat één bericht geen bericht is. Post dus in aanloop naar je evenement meerdere boodschappen op Facebook en Twitter en natuurlijk delen en liken de organisatoren deze berichten ook.

Lokale media

Opbouw persbericht:

1. Pakkende kop

Een goede kop is niet langer dan één regel en vat op een uitnodigende manier de kern van je bericht samen. Voorbeeld: *Vredesweek in Beusichem: van film tot fietstocht*. Of *Ontmoeting staat centraal tijdens de Groesbeekse Vredesweek*. Je kan er ook voor kiezen om het meest opvallende/nieuwswaardige element uit jullie programma te benadrukken: *Burgemeester opent Vredesweek op basisschool de Hazesprong*.

2. Introductie onderwerp

In de eerste alinea introduceer je het onderwerp. Hierin beantwoord je zo kort en aantrekkelijk mogelijk de vragen wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe zodat het voor de redactie meteen duidelijk is wat er staat te gebeuren.

3. Uitwerking van het stuk

Een persoonlijk stuk waar emotie in zit, spreekt mensen meer aan. Probeer het verhaal tegelijkertijd wel concreet te houden. Als je iets nieuws of bijzonders doet dat afwijkt van voorgaande jaren, begin daar het bericht dan mee. Nieuws komt altijd bovenaan.

4. Noot voor de pers

Helemaal onderaan het bericht eindig je met een noot voor de pers, vaak afgebakend met een lijn. Hieronder staat informatie wie de woordvoerder is op dit onderwerp en hoe diegene te bereiken is. Plus eventuele andere informatie over bijvoorbeeld foto's, website-verwijzingen of ingewikkelde afkortingen, uitleg over namen van organisaties.

Tips voor een goed persbericht:

- ◆ **Kort maar krachtig:** een persbericht past op 1 A4tje en heeft idealiter niet meer dan 400 woorden. Voorkom plechtige taal, vaktermen (jargon), te veel uitleg of afkortingen.
- ◆ Schrijf in de **tegenwoordige tijd** en in een **actieve vorm**: Bijvoorbeeld: *'De film begint om 20.00 uur'* in plaats van *'Om 20.00 uur zal de film beginnen'*. Een passieve tekst in de toekomstige tijd wordt namelijk als meer afstandelijk ervaren en is moeilijker leesbaar.
- ◆ Dit lijkt een open deur maar een typefoutje zit in een klein hoekje: Vergeet niet de spellingscheck over je bericht te halen.
- ◆ Zet het bericht in het **tekstvak** van de e-mail zodat het meteen de aandacht trekt van de ontvanger. Stuur het dus niet mee als bijlage. Journalisten zijn minder geneigd deze te openen. Zorg er dus voor dat de ontvanger zo weinig mogelijk moeite hoeft te doen om jullie bericht te lezen.
- ◆ Een **foto** zegt meer dan duizend woorden. Stuur na de activiteit een foto met een kort verslag naar lokale media of upload zelf een foto op lokale nieuwswebsites. Vaak hebben lokale kranten ook een pagina 'in beeld' waarbij ze foto's opnemen.

Sociale media

Facebook

Het gebruik van sociale media blijft stijgen en is niet meer weg te denken uit het medialandschap. In 2017 maakten 10,4 miljoen Nederlanders gebruik van Facebook, waarvan 7,5 miljoen dagelijks¹. Facebook lijkt een effectieve manier om zo veel mogelijk mensen te bereiken. Maar hoe doe je dat?

1. Pagina of event aanmaken

Als jullie vaker of meerdere activiteiten organiseren loont het om een eigen Facebookpagina te maken. Organiseer je één evenement in de Vredesweek, bijvoorbeeld een Walk of Peace? Maak dan alleen een Facebookevenement aan.

2. Regelmatig blijven publiceren

Zorg dat je regelmatig berichten publiceert op je Facebookpagina en/of Twitteraccount. Dat kan nieuws zijn over de voortgang van de Vredesweek maar ook actuele ontwikkelingen op het gebied van vrede en veiligheid of zaken die juist bij jullie in de buurt leven. Breng in ieder geval een duidelijke focus aan in de berichten die je deelt. Hierdoor is het duidelijk voor mensen wat ze aan jullie pagina hebben en is de kans groter dat ze jullie berichten blijven lezen, 'liken' en delen.

3. Luister naar je doelgroep

Kom erachter wat er bij je doelgroep leeft en waarop je kunt inspelen met je berichten. Laat ook je 'menselijke' kant zien, door bijvoorbeeld een kijkje achter de schermen te geven of iemand van de organisatie aan het woord te laten, foto's van jullie bijeenkomsten te delen etc.

4. Gebruik beelden en een prikkelende tekst

Foto's vallen erg op in de *newsfeed* van jullie volgers omdat die meer ruimte in beslag nemen dan alleen tekstberichten. Maak dus vooral ook gebruik van beelden in je statusupdates op Facebook. Met een prikkelende tekst verleid je je volgers om aandacht te besteden aan je bericht. Lok reacties uit door er een vraag aan toe te voegen zodat er interactie op je pagina ontstaat. 'Wat vind jij hiervan?'. Wanneer iemand reageert dan zien de Facebookvrienden van die persoon dat ook weer. Zo kan een vraag een bericht viraal laten gaan.

Voorbeelden van anderen:

Vredesweek Nijmegen: <https://www.facebook.com/vredesweeknijmegen>

Vredesweek Leusden: <https://www.facebook.com/VredesweekLeusden>

Ambassade van Vrede Vlaardingen: <https://www.facebook.com/PaxAmbassadevanVredeVlaardingen>

In de buurt

Het is belangrijk om er voor te zorgen dat de Vredesweek en jullie programma ook zichtbaar is op fysieke plekken in de buurt. Denk aan deelnemende locaties, buurthuizen, de bibliotheek, kerken, scholen, supermarkten etc. Omdat jullie doelgroep zich op die plekken bevindt, is het goed om op die plekken zichtbaar te zijn met de speciale Vredesweekposters die door PAX worden aangeboden.

**Ben je op zoek meer tips of heb je nog (andere) vragen? Wij helpen je graag verder!
Neem contact met ons op via vredesweek@paxforpeace.nl.**

¹ <http://www.marketingfacts.nl/berichten/nationale-social-media-onderzoek-2017>