

Nieuwsmanagement

Nieuwsmanagement is een planmatige en doelgerichte aanpak om een organisatie, bedrijf, project, product of dienst structureel en pro-actief in het nieuws te brengen. De vorm, het medium of middel ondersteunen de boodschap zo optimaal mogelijk.

Nieuwsmanagement zorgt voor exposure in de pers waarmee u aan uw naamsbekendheid en imago werkt en merkwaarde en merkvoorkeur creëert. In welke mate hangt af van de nieuwswaarde, mediakennis, organisatiekracht, tekstkwaliteit en proactiviteit.

In vergelijking tot advertenties is uw bereik met free publicity groot en kostentechnisch interessant. Redactionele tekst wordt over het algemeen vaak gelezen en hoger gewaardeerd dan een advertentie. U leent immers de autoriteit van het medium.

DeJong&Verder

DeJong&Verder brengt uw boodschappen voor het voetlicht met passie en een neus voor dat wat werkt. Communicatiestrategie en campagnes, nieuwsmanagement, relatiemedia, expo en events, online. Voor en over technisch industriële organisaties, producten en processen. En met een duurzame missie. Die beperking is onze kracht. DeJong&Verder bv bestaat sinds 1995.

1

Werkzaamheden nieuwsmanagement

- Mediaplan en –selectie
- Redactie en verzending nieuws en artikelen print
- Plaatsing nieuws op digitale (sociale) platforms
- Digitale nieuwsclips
- Mediacontacten
- Monitoring bereik in printmedia en op internet
- Media-inkoop (commercieel en journalistiek)

Strategie

Mediaplan

Het succes van een uiting of reeks activiteiten valt of staat met een goed mediaplan. Het sluit aan op uw marketing- en communicatieactiviteiten. U levert ons input aan zoals relevante informatie over marketing- en communicatiebeleid, doelgroepen, productinformatie- en voordelen, projectinformatie en relevante zoektermen voor internet. Wij stellen samen met u de nieuwsonderwerpen en invalshoeken vast, die de pijlers vormen voor de mediastrategie. Hoe uitgebreider deze informatie is, hoe beter en gericht het plan en hoe doelgerichter de activiteiten kunnen zijn.

Redactionele invalshoeken kunnen in meerdere varianten en meerdere berichten worden verwerkt, mede afhankelijk van de doelgroepen die u wilt bereiken. Wij noemen dat nieuws nuanceren. De diverse activiteiten inclusief planning, maken het plan compleet. Evenals de selectie van vakmedia.

Het maken van een mediaplan is niet nodig, wanneer u van tevoren helder heeft met welke onderwerpen u in de publiciteit wilt. Dan volstaat een strategisch overleg en het uitwerken daarvan in een activiteitenoverzicht met mediaselectie, planning en begroting.

Een mediaplan bevat informatie over positionering, doelgroepen in relatie tot nieuwsitems en issues, mediastrategie en aanpak, (een aanzet tot) de activiteiten en de mediaselectie voor artikelen.

Door bij de start een mediadoelstelling te formuleren wordt het eenvoudiger dit intern te agenderen en te plannen. Indien u bijvoorbeeld bepaalt 4 persberichten in een jaar te willen versturen, kunnen in tussentijdse periodes aanvullende enkele (project)onderwerpen in één of enkele vakartikelen worden uitgewerkt.

Database

Wij hebben veel contacten en ervaring met media die schrijven over bouw, vastgoed, infrastructuur, installatietechniek en industrie. Het zijn gespecialiseerde vakmedia in print en digitaal, zelfstandig journalisten en rubrieken van algemene media. Klanten kunnen via onze website direct onze mediadatabase met 400 gespecialiseerde technische media-adressen gebruiken om persberichten te verzenden.

Nieuwsclips

DeJong&Verder schrijft, organiseert én filmt. Wij maken korte nieuwsclips; video's die een persbericht ondersteunen. Nieuwsclips kunnen worden meegestuurd met persinformatie om nieuwswaarde extra aan te zetten. Een nieuwsclip kunt u kosteloos op een eigen YouTube-kanaal plaatsen of op uw website. Een clip is vooral interessant bij een nieuw product, maar ook wanneer er geen of weinig beeldmateriaal voorhanden is. Ook is het interessant een clip reportageachtig uit te werken, met bijvoorbeeld interviews. Kijk voor recente voorbeelden op www.youtube.com/dejongev.

2

Uitvoering

Een indicatie van de benodigde tijd:

Redactie persbericht	2 - 3 uur
Redactie bestaande tekst	1 - 2 uur
Check (vertaald) bestaand persbericht/ lichte redactietoets	0,5 - 1 uur
Redactie vakartikel 500 woorden, o.b.v. aangeleverde basisinformatie	2 - 4 uur
Redactie vakartikel 1.000 woorden, o.b.v. aangeleverde basisinformatie	3 - 5 uur
Interview op locatie + tekstschrijven	4 - 6 uur
Nieuwsclip	4 - 8 uur

Deze indicatie is exclusief de voorbereiding, bespreking(en) en reistijd.

DeJong&Verder heeft goede relaties met diverse media, vooral met vakmedia. Wij hebben met een groot aantal regelmatig contact. Wanneer een onderwerp voor een vakartikel is bepaald, bellen wij vooraf (dus vóór het schrijven) de redacties om hen daarvoor te interesseren.

Bij het schrijven van teksten voor persberichten houden wij ook rekening met plaatsing op internet. Wij verwerken relevante zoektermen (sleutelwoorden), zorgen voor een goede indexatie voor zoekmachines en kunnen tags toevoegen.

Verzending persberichten

Een jaarabonnement op onze mediadatabase kost € 500,00. Hiervoor kunt u 4 persberichten verzenden. U kunt het abonnement jaarlijks verlengen. U betaalt het abonnementsgeld na

verzending van het eerste bericht. Ieder volgend bericht in het abonnementsjaar verzendt u voor € 100,00.

De verzending van een persbericht omvat de volgende werkzaamheden:

- Check en eventuele aanvulling van uw selectie van relevante rubrieken uit onze database.
- Versturen van het persbericht en foto's in lage resolutie naar de redacties van de geselecteerde bladen.
- Plaatsen van het persbericht en beeldmateriaal in de perskamer op onze website.
- Plaatsen van het bericht op relevante sites waar zelf geplaatst kan worden, met links.
- Nasturen van beeldmateriaal in hoge resolutie naar geïnteresseerde redacties.
- Plaatsen als nieuwsbericht bij relevante LinkedIn-groepen, afhankelijk van inhoud bericht.
- Titel of deel van titel met bedrijfsnaam als Twitterbericht door Saskia de Jong.

Mediawaarde, de opbrengsten

De plaatsing van een persbericht is zeer afhankelijk van de nieuws waarde, van beeldmateriaal en van een aantal zaken dat nauwelijks te beïnvloeden is (ander nieuws, capaciteit en kwaliteit redacties enz). Bij kleine mediaselecties (20 – 30 titels) is een score van 50% reëel, bij grote selecties 20-25% (50 – 100 titels). De opbrengstfactor kan bij vakartikelen al snel een factor 6 bedragen, dus 6x groter zijn dan de gedane investering.

Wij houden bij welke media over uw informatie hebben geschreven. Het tarief voor het monitoren van plaatsingen en de rapportage in print bedraagt € 375,00 per jaar. Per knipsel van printmedia rekenen wij een tarief van € 3,25. Hiermee is de auteursrechtelijke vergoeding aan uitgevers geregeld. Alle resultaten sturen wij u per e-mail. Van printmedia is ook de mediawaarde berekend.

Voor een bedrag van € 495,00 ontvangt u print- en online berichtgeving. Bijgehouden wordt het digitale bereik via Twittersearch, Google Alerts, Blogsearch en met eigen zoekopdrachten na verzonden persberichten.

Crossmediale aanpak

Uw doelgroepen oriënteren zich via allerlei kanalen op uw bedrijf en uw producten. Steeds meer via internet, maar ook nog steeds via printmedia.

Veel printmedia hebben een website en e-nieuwsbrieven, waarvoor in hoge frequentie kopij kan worden aangeleverd. Voordeel van vermelding in digitale uitgaven is dat publiciteit meestal langer naait door constante indexatie door zoekmachines. Op internet blijft veel meer veel langer bewaard.

Indien u op uw eigen website informatie heeft over een product of een project en een website besteedt er aandacht aan, is het denkbaar dat u veel doorlinks zult hebben.

Sociale media

Publiciteit op digitale (sociale) netwerken is ook interessant voor uw bedrijf. Op LinkedIn zijn veel professionele groepen actief die van belang zijn voor uw bedrijf. Het plaatsen van een vraag of oproep lokt antwoorden en discussie uit. Op een (commercieel) bericht wordt over het algemeen veel minder gereageerd. Toch is LinkedIn ook voor dit laatste een geschikt kanaal. Wij weten uit ervaring dat het leidt tot links naar uw site. Bovendien bepaalt u zelf wat u plaatst. Uiteraard is zorgvuldigheid geboden.

Dit heeft overigens uitsluitend zin wanneer er goede informatie over het betreffende product of project op de eigen site staat. Indien men doorklikt, moet er immers iets te vinden zijn.

Wij maken graag een offerte voor u op maat!

Voorjaar 2010