

ONLINE JUNGLE

Digital Marketing

CHECKLIST BY WWW.ONLINE-JUNGLE.NL

PERSBERICHT
CHECKLIST

[onlinejungle](https://www.onlinejungle.nl)



FREEBIE: WAAR MOET EEN GOED PERSBERICHT AAN VOLDOEN?

Als ondernemer ben je voortdurend bezig met het vergroten van jouw naamsbekendheid. Naast dat het belangrijk is om je te onderscheiden en (online) zichtbaar te zijn, is een persbericht een slimme gratis manier. Maar hoe schrijf je zo'n persbericht? Aan welke eisen moet een persbericht voldoen? En hoe zorg je ervoor dat jouw persbericht daadwerkelijk gepubliceerd wordt? Daarom ben ik aan de slag gegaan met een checklist inclusief uitleg, om ervoor te zorgen dat jouw persbericht een écht persbericht wordt!

Aangezien Online Jungle verhuisd is naar een mooie nieuwe locatie in Oud-Beijerland, hebben wij een persbericht verstuurd naar verschillende media. Wij gebruiken dit persbericht daarom graag als voorbeeld.

ONLINE JUNGLE
Digital Marketing

NIEUWSWAARDE

Bedenk jezelf goed wat voor nieuws je te vertellen hebt. Een persbericht moet namelijk nieuwswaarde bevatten en mag geen reclamepraatje zijn. Althans, het mag er niet boven op liggen. Zo wilde ik via het persbericht (zie pagina 5 van deze freebie) stiekem reclame maken voor Online Jungle, maar ik heb het erop gegooid dat mijn kantoor gevestigd is in de oude Rabobank kluis. Er kunnen maar weinig bedrijven zeggen dat ze een kluis hebben als kantoor. Dit is dus iets uitzonderlijks én heeft daarom nieuwswaarde. Een leuk feitje is ook dat mijn vader vroeger in dit oude Rabobankpand gewerkt heeft en dat de geschiedenis zich dus verhaalt.



PERSLIJST



Nu je bedacht hebt wat je nieuwswaarde is, ga je aan de slag met een perslijst. Maak geen ellenlange lijst met media die het toch niet gaan publiceren, want dat is zonde.

Zo had ik m'n persbericht bijvoorbeeld ook naar de LINDA kunnen sturen, maar de kans is klein dat zij deze nieuwswaarde interessant genoeg zouden vinden. Ik heb het persbericht daarom verstuurd naar alle media uit de buurt én naar de Rabobank zelf, because you never know?

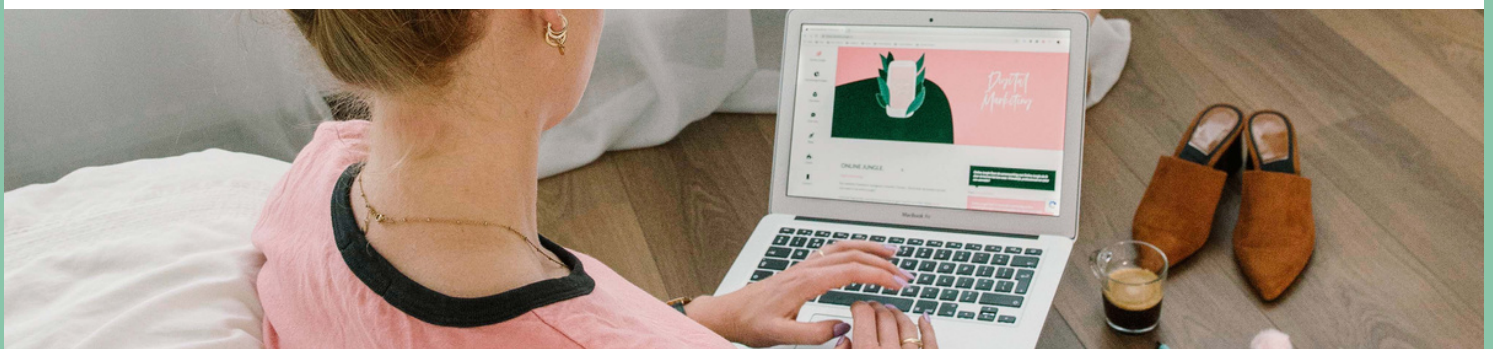
Nu vraag jij je vast af hoe je aan deze e-mailadressen komt?

Bedenk je eerst goed wat het doel van je persbericht is en via welke pers je dit doel kunt bereiken én wat realistisch is. Mijn doel was om de pers in de Hoeksche Waard te informeren, maar misschien is jouw doel wel te informeren over jouw spectaculaire nieuwe menukaart? Je zou dit naar culinaire media kunnen sturen, maar ook nog bijvoorbeeld food influencers. Een perslijst hoeft daarom niet alleen uit media te bestaan zoals magazines, kranten en nieuwssites, maar kan ook zeker bestaan uit influencers.

Deze media kun je bereiken door simpelweg te Googlen naar kranten, nieuwssites, magazines etc. die jij graag wilt bereiken en die mogelijk geïnteresseerd zijn. Zodra je op hun website komt, is de kans groot dat ze in de footer een kopje hebben staan zoals "mail de redactie" of "verstuur een persbericht". Verzamel deze e-mailadressen.

Als jij liever bepaalde influencers wilt bereiken, neem dan een kijkje op hun socialkanalen of website.

Nu denk je misschien pfoe, wat een werk, maar het mooie is dat je deze perslijst in de toekomst altijd kunt gebruiken en eventueel alleen nog maar aan hoeft te vullen!



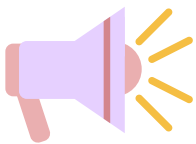
PERSBERICHT

Hierna ga je aan de slag met het persbericht. Het belangrijkste nieuws staat altijd bovenaan. Zo kunnen redacties snel zien waar een persbericht over gaat en of het nieuws interessant genoeg is.

Een persbericht heeft daarom altijd de volgende opmaak:

- 1: 1e regel:** hier schrijf je (met hoofdletters) "PERSBERICHT" zodat het gelijk duidelijk is dat het om een persbericht gaat.
- 2. Een pakkende titel:** Het nieuws in het kort maar op een manier dat de journalist zich aangesproken voelt en getriggerd raakt om verder te lezen.
- 3. Nu ga je aan de slag met de intro.** Hier komen de vijf W's in te staan. Kortom: wie, wat, waar, waarom en wanneer.
- 4. Hierna plaats je de overige tekst met nieuwswaarde** dat meer informatie geeft over jouw intro.
- 5. Hieronder plaats je een stippelijijn,** zodat het voor de redactie duidelijk is dat het persbericht hier stopt.

- 6. Hieronder sluit je het persbericht af met: "noot voor de redactie".** Hier komt alle info te staan waar de redactie mogelijk in geïnteresseerd is, zoals je website, telefoonnummer en bij wie de redactie terecht kan mochten zij meer informatie willen ontvangen.



- Het is bij het schrijven van een persbericht belangrijk dat je niet in de IK-persoon schrijft en dus niet jezelf of je bedrijf voorstelt, maar dat je het de redactie zo makkelijk mogelijk maakt, zodat zij zo min mogelijk aan het persbericht hoeven te veranderen en het het liefst hop, zo in de krant, magazine of online kunnen plaatsen.
- Voeg bij je persbericht een aantal foto's toe. Zowel horizontaal als verticaal. Verklein deze foto's qua MB's naar ongv 800 pixels, zodat je foto's niet te groot zijn voor verzending. Heb je de foto's door een fotograaf laten maken? Vergeet zijn/haar naam er dan niet bij te benoemen!

1.

Online marketeer Vyella heeft kluis als kantoor

2.

3.

Oud-Beijerland | (WANNEER?) Op 1 januari 2020 ontving (WIE?) eigenaresse van Online Jungle, Vyella Kaptein (28), (WAT?) de sleutel van haar nieuwe kantoor (WAAR?) in het centrum van Oud-Beijerland. (WAAROM?) "Ook bedrijven in Oud-Beijerland kunnen niet meer om online zichtbaarheid heen en daar wil ik hen graag bij helpen!"

4.

Online Jungle is een online marketingbureau, gestart in 2016, die bedrijven helpt om hun online zichtbaarheid te vergroten. Door de inzet van de juiste online middelen wordt de naamsbekendheid vergroot, wat de groei stimuleert. (HIERIN MAAK IK STIEKEM RECLAME VOOR ONLINE JUNGLE, MAAR GEEF IK WEL EXTRA INFORMATIE OVER DE WIE)

Voordat eigenaresse Vyella Kaptein zich in Oud-Beijerland vestigde huurde zij een werkplek bij een co-workingspace in Rotterdam. "Dit was een fijn begin, maar ik merkte dat er steeds meer vraag kwam vanuit de Hoeksche Waard. Als geboren en getogen Oud-Beijerlander leek mij deze verhuizing daarom de juiste keuze!". (HIERIN WORDT DE WAAROM NOG EENS EXTRA UITGELEGD)

Een leuk detail is dat Online Jungle zich gevestigd heeft in het voormalig Rabobankpand aan de Bijl. "Ik was op zoek naar een kantoor en hoorde toen via via dat de kluis in de voormalige Rabobank te huur stond. M'n vader heeft hier vroeger gewerkt, dus de cirkel was gelijk rond. En wie kan er nu zeggen dat zij een kluis hebben als kantoor? Die overigens aardig omgetoverd is tot "offline jungle" want het kantoor is groener dan groen!" (IN DIT GEDEELTE WORDT DE TITEL UITGELEGD, ZODAT DEZE VRAAG BEANTWOORD WORDT)

De overheid heeft als doel gesteld dat Nederland in 2050 volledig duurzaam moet zijn. Online Jungle staat dan ook voor het behoud van de "offline" jungle en dus wordt er als extra service altijd meegedacht over de verduurzaming in een bedrijf. (HIERIN GEEF IK EXTRA INFORMATIE OVER WAAROM ONLINE JUNGLE ANDERS IS DAN ANDERE ONLINE MARKETING BUREAUS - WEER DIE STIEKEME RECLAME)

6.

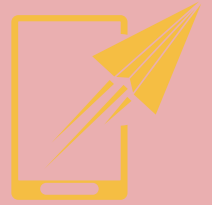
Noot voor de redactie: Voor meer informatie kunt u contact opnemen met Vyella Kaptein, vyella@online-jungle.nl, 06 23 32 90 90

Online Jungle | Bijl 18 | 3262 JA Oud-Beijerland | www.online-jungle.nl

7.

De foto's zijn gemaakt door Kim van Klaveren van Cloveur

VERZENDEN VAN JE PERSBERICHT



Zodra je persbericht af is, is het de hoogste tijd om dit te versturen. Maar niet voordat je de spelling nog eens hebt gecheckt, je hebt gecontroleerd of alle zinnen kloppen én je er zeker van bent dat het een fijn persbericht is om te lezen.

Kun je wel wat schrijftips gebruiken? Lees dan dit artikel op [online-jungle.nl](https://online-jungle.nl/10-tips-voor-het-schrijven-van-sterke-webteksten/) : <https://online-jungle.nl/10-tips-voor-het-schrijven-van-sterke-webteksten/>

Zodra je persbericht helemaal ready is, is het de hoogste tijd om je persbericht te versturen! Doe dit in een miltje én zet je hele perslijst in de BCC. Begin het onderwerp met PERSBERICHT en vervolgens de titel. Vergeet niet om ook de foto's aan de bijlage toe te voegen.

En nu komt het spannendste moment: Het daadwerkelijk versturen! Hou je telefoon en mailbox hierna goed in de gaten, want het kan zomaar zijn dat de redactie contact met je opneemt.



Hopelijk heb je een hoop aan deze tips gehad! Mocht je vragen hebben, stuur ons dan zeker een DM'tje [@onlinejungle](https://www.instagram.com/onlinejungle)

Heb je zoiets van "Leuk al die tips, maar woow wat een werk!". Of wil je jouw persbericht graag laten controleren? Wij helpen je graag!

Stuur dan een mailtje naar [hello@online-jungle](mailto:hello@online-jungle.nl). Benoem hierin dat je deze freebie gedownload hebt en ontvang een flinke korting. Je betaalt dan namelijk geen 275 euro ex BTW voor het schrijven van een persbericht, maar 225 euro ex BTW*

Ben je zelf aan de slag gegaan met je persbericht, maar wil je het persbericht laten controleren? Stuur dan ook een mailtje naar hello@online-jungle.nl. Benoem hierin dat je de freebie hebt gedownload en ontvang korting! Wij controleren jouw persbericht en voorzien je van extra tips voor 50 euro ex BTW ipv 75 euro ex BTW*

