

# NIEUWSBRIEF



**Elda PR**  
communicatieregie

**Richting aan je communicatie  
geeft een boost aan je sales** >

## INDEX:

- [Klanten vinden](#)
- **Wel of geen Clubhouse?**
- [6 Tips voor een sterke pers](#)
- **Verspil geen budget**
- [Voor liefhebbers en enthousiastelingen](#)



## KLANTEN VINDEN KOST MOEITE = TIJD

**Je wilt voor je product(en) en/of dienst(en) dat je gevonden wordt en je wilt ook via online klanten aantrekken. Dan is het duidelijk: daar moet je tijd in investeren!**

Door 'corona' ligt de focus NU op *sales* en *resultaat*. Dat betekent al snel minder tijd en aandacht voor zichtbaarheid en relatiebeheer.

### **Wat heb je al?**

en

### **Wat kun je eenvoudig inzetten?**

en

### **Doe het!**

Over de gemakkelijkste kansen - 'het laaghangende fruit' - schreef ik recent een blog. Ik help je met heel veel plezier verder, dus [klik op deze link en krijg de eerste stappen!](#)

Belangrijk: **BEGIN**.

Algemeen motto: Zorg dat er over je gepraat wordt.

Wil je het allemaal niet zelf regelen of je mensen ermee belasten? Huur een professional in; maar zorg dat je **echt werkt aan je zichtbaarheid!**

**Tot slot: PESO**

Wil je een stap verder, dan raden we je aan serieuze aandacht te geven aan de combi van **PESO**: Paid, Earned, Shared en Owned Media.

## MIS JIJ IETS ZONDER CLUBHOUSE?

Voel jij een gemis omdat je geen Clubhouse hebt? Of denk je dat je business of kennis mist omdat je niet meedoet? Last van of angst voor FOMO?

### Iets voor jou?

Til er niet te zwaar aan, aan dat Clubhouse. Bedenk allereerst óf het voor jou en je business nuttig kan zijn dat je erbij bent. Of dat deelname je slechts tijdverlies oplevert.

Wil je dat op de koop toenemen? Dan kun je het overwegen. Maar bedenk dat je niets kunt teruglezen en dat eenmaal 'opgebruikte tijd'



### Clubhouse

voorgoed verloren tijd is. In die tijd had je nuttige(r) andere dingen kunnen doen...

### Mind your time

Wees dus – vooral – kieskeurig! Clubhouse kan zomaar de nieuwste hype zijn. En dan is het voor jou al snel tijdverspilling.

Als je er wél wat mee kunt dat jou business oplevert: lucky you. Vooral doorgaan dan.

Levert het je niets op: niet getreurd, dan liggen je kansen elders!

Vrij naar Leonardo da V.: 'Anatomie' van een goede pr man/vrouw



# UIT DE PRAKTIJK: STERKE PERS MET 6 TIPS

Als ik zeg dat media wekelijks honderden persberichten krijgen, dan zijn velen verrast. Oorzaak: zelf delen ze (té!) weinig met de pers, dus waarom ontvangen journalisten dan zo veel persberichten? Maar het is echt zo. Zorg dus dat jouw bericht opvalt. Daarvoor zijn er 6 cruciale stappen.

## Zorg voor nieuwswaarde

Doe dit met actuele, *harde*, onderwerpen 'uit eigen stal'. Heb je die niet, dan kun je nieuws 'maken': haak in op actuele onderwerpen.

## Een onderzoek helpt jou(w pr-plan)

Nog een kans: doe een onderzoek, want journalisten zijn gek op data omdat ze van daaruit verder kunnen schakelen. Of gun een medium exclusiviteit; wie weet werkt een onderwerp voor jullie beide.

## Zet je nieuws bovenaan

Zet de journalist direct op scherp: zet je nieuws in je inleiding. Niet eerst een verhaal, maar snel de feiten en het belang...

--> Lees over de punten [4 Vergeet niets maar voorkom een kerstboom / 5 Val op! / 6 Timing is alles](#) in mijn actuele blog over dit onderwerp.

Zorg dat er over je gepraat wordt.

Niemand had gezegd dat een persbericht effectief versturen een easy job is... Zet 'm op.



## VERSPIL GEEN BUDGET

Uit onderzoek blijkt dat zo'n 70% van de online advertentiebudgetten naar Google en Facebook gaan i.p.v. nieuwsmidia (was omgekeerd). Dus journalisten staan onder druk om snel de juiste, beste, aangrijpendste berichten te vinden.

### Help ze en daarmee help jezelf

Stuur jouw nieuws en content – bijv. uit onderzoek. Ben jij hun expert, dan plaatsen zij het. Er is geen geloofwaardiger kanaal.

### Maak stappenplan ofwel groeiplan

Zet achter je *pr en communicatie* een stappenplan: maak een lijst van kansen per halfjaar als je hoofdlijn. Dat brengt succes, want wat je aandacht geeft groeit!

### Lange adem, dus wees slim

Verspreid regelmatig nieuws over een onderwerp en raak bekend. Zoek regelmatig contact; dan

duurt het even, maar daarna... Als zij een vraag hebben, dan komen ze bij jou (de expert).

### **Persoonlijk**

Als je dan ook zorgt voor de *juiste medialijst en persoonlijke contacten*, dan is dat je start om te groeien naar de #1-positie.

***Doe zoals de papegaaiduiker: roep hard.***

Zorg dat er over je gepraat wordt.



## **VOOR LIEFHEBBERS EN ENTHOUSIASTELINGEN - RIVERSIDE CAR CLASSIC 2021**

**Potverdikkie, we namen afgelopen jaar en begin dit jaar een aanloop voor de Riverside Car Classic. Vanwege corona ging er telkens een streep door. Want tja, wat niet gaat, dat gaat niet...**

Nu hebben we onze zinnen gezet op september! De **Riverside Car Classic 2021** staat gepland voor **zaterdag 18 september a.s.**

We roepen alle eigenaren van (jong)klassiekers op om deze boodschap voor ons te delen.

Nog beter: ***schrijf je in!***

Onze website – [www.car2business.nl](http://www.car2business.nl) – is er klaar voor; als laatste volgt het actuele inschrijfformulier, met een aantrekkelijk inschrijffbedrag (per equipe van 2).

Wij organiseren deze klassiekerrally om een goed doel te helpen. Ook ditmaal blijft dat de KNRM Dordrecht (2 stations), die op het water in Zuid-Holland zulk belangrijk werk doen.

***Kom meedoen en genieten!***



*Copyright © 2019 Elda PR communicatieregie. Alle rechten voorbehouden.*

Deze nieuwsbrief krijg je omdat we elkaar kennen, ontmoeten of vanwege een zakelijke relatie.  
Zo deel ik graag interessante zaken. Natuurlijk mag je de inhoud delen; graag!

Geen nieuwsbrief meer ontvangen? Schrijf je onderstaand eenvoudig uit.

Je wilt deze nieuwsbrief automatisch ontvangen? Stuur ons een mail.

**Ons mailadres is:**

[harry@eldapr.nl](mailto:harry@eldapr.nl)

Heb je nieuwe mailgegevens of wil je de nieuwsbrief niet meer ontvangen? Regel het hier:

[update your preferences](#) of [unsubscribe from this list](#).