

## Tips & Tricks

- Middelen die je in kunt zetten zijn bijvoorbeeld persberichten, magazines, social media, blogs, vlogs, influencers en je netwerk
- Kies je moment; communicatie vooraf aan het evenement + achteraf het resultaat met leuke foto's/video's
- Denk aan de nieuwswaarde
- Nodig eventueel de pers uit, houd hierbij rekening met de planning van de journalist, dus wees op tijd
- Check tips voor het schrijven van een persbericht de toolbox op [jci.nl](http://jci.nl)
- **Belangrijk!** Vergeet niet de berichten zelf op social media te delen met de juiste tags! Maak eventueel een bericht klaar voor je partners
  
- **Weet je niet zo goed welke media je in kunt schakelen of wil je andere tips op het gebied van PR?**  
Mail naar [pr@jci.nl](mailto:pr@jci.nl)

## Stap 5

### Zoek de nieuwswaarde

#### Waarom zou men dit doorvertellen?

- Belangrijk ingrediënt van nieuwswaarde is emotie. Een item dat woede, verontwaardiging, verwondering oproept, dat mensen laat lachen of huilen heeft veelal nieuwswaarde
- Een item dat bijdraagt aan een brede, maatschappelijke discussie

## Stap 6

### Faciliteer je doelgroep en stakeholders in middelen

#### “Be good and let others tell it”

- Geef de journalist of blogger de informatie en middelen die hij nodig heeft en lever dit aan zoals hij het wenst
- Denk aan goede foto, kant en klare FaceBook posts of tweets

# 6

## Stappen naar goede PR!

*PR voor JCI Nederland*

## Stap 1

### Wat wil je bereiken?

- Meer vrijwilligers
- Meer leden
- Aandacht voor een onderwerp (hobby, sport, cultuur, ...)
- Geld inzamelen
- ...

## Stap 2

### Wie wil je bereiken?

- Bepaal je doelgroep(en)
- Waar zit die doelgroep?
- Hoe kan je deze het beste bereiken?
- Luister naar je doelgroep. Wat zeggen en schrijven ze over je? Dit kun je monitoren met bijvoorbeeld **Google.nl/alerts**

## Stap 3

### Relatie met de doelgroep

- Hoe is de relatie met de doelgroep?
- Wat is de gewenste relatie?
- Welk voordeel heeft de doelgroep bij een relatie met jouw organisatie/merk?
- Wat zijn de verwachtingen van beide partijen?

## Stap 4

### Bepaal je (media)speelveld en raak hiermee vertrouwd

- Welke off- en online media zijn relevant?
- Welke personen zijn bij deze media de meest invloedrijke mensen, organisaties en samenwerkingspartners?

#### Acties

- Volg de media die je doelgroep leest, luistert en bekijkt (sites, blogs)
- Onderhoud de media relaties (nodig ze uit)
- Streef naar samenwerking (jij hebt de input de journalist of blogger zijn verhaal)