



CONTENT: TIPS EN TRICKS

Tisp om de doelgroep van EventBranche.nl te bereiken middels content

1. Geen commercie of marketing

EventBranche.nl heeft in de loop der jaren aardig kunnen analyseren wat wel en niet werkt/gelezen wordt als het om online content gaat. De allergrootste les: voorkom commerciële teksten. Weg met 'unieke', 'de mooiste', 'de beste', etc. De content die we samen publiceren op ons platform mag best uw bedrijf als afzender hebben, maar zorg dat de content toegevoegde waarde heeft voor de lezer en maak uzelf ondergeschikt. Kortom low profile dus. In het kort zit de meerwaarde in nieuws voor de doelgroep, dat nieuws bestaat uit:

- Noviteiten
- Kennis en expertise
- Cases/voorbeelden
- Visie/mening

De Gouden Tip: bedenk van te voren of het onderwerp waarover u wilt schrijven/communiceren en de insteek die u daarbij kiest meerwaarde heeft voor uw doelgroep. Dus zet even de eigen 'nieuws waarde' op zij en denk doelgroep. Bij twijfel neem contact op met de redactie van EventBranche.nl: maartje@eventbranche.nl of sjoerd@eventbranche.nl

2. Kort en bondig

Schrijf kort en bondig. Natuurlijk zit er een groot verschil tussen een verslag van een mooie evenement (een case), een kort nieuws bericht of het delen van kennis of een visie, maar zeker als het gaat om het delen van nieuws geldt de aloude journalistiek les: de 5 w's en de h. Wie, wat, waar, waarom, wanneer en hoe. In veel gevallen is het wijs om een persbericht te beginnen met het beantwoorden van deze vragen. Daarmee is de lead (de eerste alinea van een artikel) meteen de samenvatting van het nieuws. Een tweede of derde alinea kan dan uitleg en achtergrond, dan wel citaten, bieden om het nieuws verder te laden.

De Gouden Tip: mocht u er achter komen dat uw persbericht toch nog vrij uitgebreid is, besef dan: schrijven = schrappen. Daarbij is het slim om het bericht oprolbaar te maken: het belangrijkste nieuws eerst en de content met de minste toegevoegde waarde onderaan het bericht.

3. Foto's en/of video

EventBranche.nl beschikt over de mogelijkheid om meerdere foto's in een fotoplayer bij het artikel te plaatsen. Dat is zeer aan te raden, want foto's of andere visuals maken de drempel om een artikel te lezen lager. Daarnaast geeft beeld vaak heel snel een samenvatting van de kern van de boodschap. Daar zit dan ook meteen de uitdaging: net als de tekst moet ook het beeld toegevoegde waarde hebben voor de 'lezer'. Hetzelfde geldt voor het gebruik video. Video's van Youtube of Vimeo zijn op onze website eenvoudig toe te voegen. Hou de video kort en bondig en laat ze extra content bieden ten opzichte van de tekst/foto's.

De Gouden Tip: denk ook eens aan infographics. Op <https://www.easel.ly/> kunt u gratis online graphics maken. Leuk en goed om te testen: weinig tekst, veel beeld.

4. Visie / mening

Het is vaak een kwestie van bewustwording, durf en lef. Bewustwording dat een platform als EventBranche.nl ook een plek is waar eventprofessionals en opdrachtgevers komen om te leren en inspiratie op te doen. Dat biedt u de kans om als eventbedrijf ook een mening of een visie te delen. Die visie moet niet bestaan uit een 'Wij zijn de beste'-verhaal, maar mag best scherp zijn, kan prima een nieuw inzicht geven of in ieder geval aantonen hoe u naar de zaken kijkt.

De Gouden Tip: spoor aan tot discussie. Die mogelijkheid biedt EventBranche.nl onder ieder artikel. Hou dan ook wel enkele dagen na de publicatie de reacties in de gaten om hier op te kunnen reageren.

5. Rijtjes werken altijd

5 tips. 10 leermomenten. De 3 nieuwe trends. 4 redenen waarom...Het werkt, echt het werkt. Het zit in de aard van mensen: rijtjes zijn overzichtelijk, trekken de aandacht en zorgen dus voor lezers.

De Gouden Tip: zet de benoeming van het rijtje in de kop van het artikel, zodat een potentiële lezers weet wat hij of zij kan 'halen'.

6. Deel expertise/tips/tricks

Artikelen en berichten die het best scoren zijn over het algemeen nieuwsberichten die wij nog wel eens bestempelen als Telegraaf-nieuws en dan hebben we het over sensatie en/of leed. Maar op een zeer goede tweede plek komen de artikelen waar kennis, tips en expertise gedeeld worden. Die categorie biedt per definitie waarde voor de lezers. Onderschat niet hoe het delen van tips en expertise ook uw eigen autoriteit en betrouwbaarheid vormt.

De Gouden Tip: bundel de kennis, tips of tricks in een rijtje en u bent helemaal spekkoper, zeker als dat rijtje ook nog eens prettig gevisualiseerd wordt.

7. Doseer

EventBranche.nl heeft een aantal bedrijven dat regelmatig ons platform gebruikt om te communiceren. Zodra wij het gevoel hebben dat het richting overdaad gaat trekken wij aan de bel. Het blijft natuurlijk zo: als het u lukt om iedere dag iets van toegevoegde waarde te delen met ons bereik en uw doelgroep, dan zouden we zeggen doen. Maar over het algemeen kun je zeggen dat een max van 2 berichten per maand ook echt de max is, om de ontvanger van uw nieuws niet 'zendermoe' te laten worden.

De Gouden Tip: maak een contentstrategie, waarbij u een planning maakt wanneer u wat communiceert. Met daarin natuurlijk de ruimte om te kunnen anticiperen op niet te plannen nieuws.

8. Aanlevertips

Tot slot nog een aantal aanlevertips:

- Word-document

Lever uw persbericht aan in een Word-document en niet in een PDF. Als het persbericht of de content goed is, dan zal de redactie van EventBranche.nl delen van uw bericht letterlijk overnemen. Daarbij is Word erg makkelijk om te verwerken.

- Foto's LR

Voor online gebruik zijn LR-foto's prima. De hoofdberichten op onze homepage hebben een afmeting van 416x250, maar in de fotoplayer kunnen we foto's aan van 600pix breedte. Dat zijn dan ook de minimum eisen en dat mag in Lage Resolutie. Sterker nog meerdere foto's in Hoge Resolutie komen waarschijnlijk niet aan.

- Twee nieuwsbrieven per week

Met een enkele uitzondering publiceert EventBranche.nl altijd op dinsdag en vrijdag haar nieuwsbrief. Daarmee bereiken we meer dan 10.000 abonnees. Lever uw bericht voor 11 uur op de nieuwsbrief dag en het wordt veelal nog mee genomen.

- Contact

Het is zeer denkbaar dat er per verstuurd bericht een andere contactpersoon handig kan zijn. Dus is er iemand die geciteerd wordt in het bericht geef dan de contactgegevens van die persoon zodat er contact kan worden gezocht. Om safe te zijn kunnen ook de contactgegevens van communicatieafdeling gegeven worden.

- Mailadres

Mail uw nieuws of andere berichten van meerwaarde naar zowel Sjoerd Weikamp sjoerd@eventbranche.nl als Maartje Springer maartje@eventbranche.nl