**CHECKLIST FREE PUBLICITY**

**Voorbereiding**

* Wat is ons doel voor free publicity?
  + Zichtbaarheid
  + Vindbaarheid
  + Betekenis
* Welke resultaten willen we bereiken?
* Waar doen we het voor? (intentie)
* Van welke maatschappelijke betekenis zijn we? (betekenisgeving)
* Welke problemen lossen we op?
* Wie zijn onze doelgroepen?
* Waar zijn onze doelgroepen? (regionaal/landelijk/internationaal)
* Via welke communicatiekanalen bereiken wij onze doelgroepen?
  + Welke social media gebruiken onze doelgroepen?
    - Facebook bedrijfspagina
    - Twitter
    - LinkedIn bedrijfspagina
  + Welke kranten/bladen lezen ze?
  + In welke netwerken bevinden ze zich?
* Hoe spreken wij onze doelgroep aan? (toonzetting, u/je)
* Met welke boodschap benaderen wij onze doelgroepen?
* Wat is ons gewenst imago?
* Hoe is onze naamsbekendheid nu en waar willen we heen?
* Welke foto’s zijn geschikt voor publicatie?
* Wat is onze planning?
* Wat doen we zelf en wat besteden we uit?
* Kunnen we een link maken met een actueel (maatschappelijk) onderwerp?
* Hebben we een enthousiaste klant die als ambassadeur kan optreden?

**Uitvoering**

* Boodschap delen via:
  + Social media
    - Twitter met link naar je website
    - Facebook met foto met link
    - LinkedIn-update met link
    - In LinkedIn-groepen posten (maximaal lidmaatschap van 52 groepen)
    - Een mail aan relevante LinkedIn-contacten sturen
  + Regionale nieuwssites
  + Regionale kranten
  + Gratis online kranten/sites (de Weekkrant)
    - Geplaatste berichten weer delen via social media
* Nieuwsbrief sturen met link
* Redactioneel artikel schrijven en naar redacties sturen
* Interview schrijven en naar redacties sturen
* Blog schrijven
* Teksten op website verbeteren (SEO/vindbaarheid)
* Persbericht schrijven en sturen naar redacties (regionale) kranten/bladen
  + Kijk op [www.missmag.nl](http://www.missmag.nl) voor redactieadressen
  + Aanmelden bij [www.vidm.nl](http://www.vidm.nl) voor persadressen en persvragen
  + Geplaatste online berichten delen via social media
* Vergeet niet de boodschap (nieuwsbericht) ook prominent op de eigen website te plaatsen
* Bezoek relevante netwerkbijeenkomsten

**Evaluatie**

* Meten
  + Aantal volgers (Twitter), likes (Facebook), contacten (LinkedIn), mails
  + Conversie (afspraken, aanmeldingen nieuwsbrief, sales, leads)
  + Aantal bezoekers website/blog (Google Analytics)
  + Aantal netwerkcontacten
* Welk communicatiekanaal werkte wel en welke niet?

**Free Publicity tips**

* Bericht met beeld (foto, video) werkt beter dan zonder
* Kranten/online nieuwssites hebben minimaal 1 Mb foto nodig
* Persbericht in mail plakken (niet in de bijlage)
* Redactioneel artikel betekent dat het niet commercieel mag zijn (dus bijv. een klant die vertelt over zijn enthousiaste ervaring met het product/dienst)
* Er zijn diverse programma’s waarbij het mogelijk is om social media voor te programmeren (Hootsuite, Tweetdeck, etc.)
* Installeer Google Analytics (gratis statistieksite) gekoppeld aan je website
* Experimenteer en leer!