

1 De journalist is je doelgroep

Media en journalisten, maar ook bloggers, zijn een uitstekende bagagedrager om jouw klanten te vertellen wat jij op de beurs laat zien. Benoem ze als doelgroep.

2 Maak een mediaplan

Breng in kaart welke on- en offline titels van belang zijn voor de beurs. Ga uit van 3 mediamomenten: voor, tijdens en na de beurs. Bepaal wat je gaat doen en zet het in een schema. Begin uiterlijk 3-4 maanden voor de beurs en liever eerder.

3 In de beurscatalogus en de beursspecials

Veel beurzen hebben mediapartners die specials uitbrengen. Bladen en kranten besteden er vaker aandacht aan. Zet in op zichtbaarheid over meerdere edities en maanden. Dan sta je voor, tijdens en na de beurs in de media.

4 Bekijk het breder

Als je je informatie breder dan alleen het beursnieuws uitwerkt, is deze meer en langer bruikbaar. Zo vergroot je je kansen in de breedte en de tijd. Wat zijn nieuwshaakjes en/of maatschappelijke kwesties waarbij je kunt aanhaken?

5 Verwoord je mening of visie

Online kanalen schreeuwen dagelijks om content. Koppel de mening of visie van je bedrijf of organisatie aan de beursdeelname. Schroom niet om redacties aan te schrijven. Natuurlijk staan ze open voor een blog of nieuwsartikel!

6 Houd de beurssite actueel

Veel beurzen hebben een actuele beurssite, soms kun je zelf inloggen en je beursnieuws plaatsen. De beursorganisator put er uit voor nieuwsbrieven en bezoekerscampagnes en kan je content altijd goed gebruiken.

7 Vul de perskamer

Vaak ligt er nauwelijks informatie in perskamers, Zonde want iedere journalist start er zijn beursbezoek. Zet tekst en nieuws op een usb-stick en print de tekst. Maak er geen dikke map van, die wordt niet meegenomen.

8 Nodig de journalist uit

Neem contact op met een journalist die je graag je beursnieuws wilt laten zien. Vervang een persontvangst of persconferentie door een klantevent waar je ook journalisten voor uitnodigt. Vinden ze leuker en interessanter.

9 Maak een mediaplanning

Met een goede planning kun je gedurende het hele traject ieder persmoment pakken en ben je op tijd voor alle deadlines. Voor, tijdens en na de beurs!

- **Bonustip:** de meeste van deze mediatips gaan ook op voor de organisatie van een evenement, congres of andere bijeenkomst.

Deze Mediachecklist Beursdeelname maakt deel uit van de blog:
Driedubbel publiciteit met je beursdeelname, <https://bit.ly/200k1Zc>