

# Wat zegt de wetenschap over **mediarelaties** in het afgelopen decennium?

## Belangrijkste conclusies

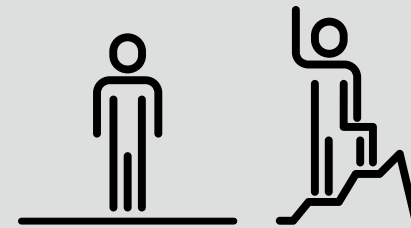


De essentie van PR is onveranderd.



PR Marketing

De wetenschap ziet kansen voor meer verbinding tussen marketing en PR.



PR Marketing

PR professionals zijn daarin terughoudender dan marketing collega's, hoewel ze wel vinden dat ze een rol spelen in het versterken van merk en reputatie.

**Jeffers Effect:** journalisten zijn over het algemeen sceptisch richting PR-professionals, maar als ze goede ervaringen met je hebben, zien ze je als betrouwbare bron.



### Waarom is PR belangrijk?

- Agenda setting: organisaties kunnen met PR de **publieke agenda beïnvloeden**
- Issue ownership: de reputatie van een bedrijf wordt **positief beïnvloed** wanneer het publiek onderwerpen uit het nieuws toeschrijft aan de betreffende organisatie



### Waarom werkt PR?

- Meer positief nieuws betekent een **betere reputatie**
- **Proactief mediabeleid** heeft een positief effect op hoe je in het nieuws komt
- Positief nieuws kan een beschadigd imago (deels) **herstellen**
- Bedrijven die in het nieuws zijn, **blijven** in het nieuws
- Bedrijfsnieuws heeft invloed op **consumentenvertrouwen**, en daarmee op financiële resultaten
- **Third party endorsement**: nieuws dat via de media bij het publiek komt, heeft meer effect dan rechtstreekse informatievoorziening



### Wat werkt wel en wat niet?



Wel

- Lokale persberichten worden vaker gepubliceerd
- Goed geschreven persberichten worden vaker gepubliceerd
- Toegankelijk zijn voor media
- Media nemen frames van bedrijven over



Niet

- Te commerciële insteek
- Druk uitoefenen



### Wat doen goede PR-afdelingen goed?

- Ze werken **intensiever** met massamedia samen
- Ze zijn **actiever** in het maatschappelijk debat
- Ze halen meer en vaker informatie op en **delen** dat met het management



### Welke vaardigheden zijn er over vijf jaar nodig?

#### In 2015 zeiden respondenten:

- Schrijven
- Nieuwsgierig zijn
- Creativiteit
- Kritisch denken

#### In 2019 zeiden ze:

- Data analyse
- Videoproductie
- Search Engine Optimization
- Digital design



### Hoe meten PR-afdelingen hun succes?

- Knipsels zijn nog altijd de belangrijkste meetmethode (82,4%)
- PR-professionals vinden dat ze bijdragen aan reputatie, merk en cultuur. Maar met de gebruikte meetmethoden kunnen ze dat niet onderbouwen.



#### Meer informatie?

Ben je benieuwd naar alle resultaten, of benieuwd hoe je jouw PR-inspanningen kunt versterken? Bel of mail Meeuwes: T 06 10 40 71 87 / [meeuwes@hollandspoor.com](mailto:meeuwes@hollandspoor.com)

**holland  
spoor**<sup>TM</sup>

**Bronnen:** De conclusies zijn gebaseerd op literatuuronderzoek in 50 artikelen uit wetenschappelijke tijdschriften en uit onderzoeken onder professionals. Allen in de periode 2010-2020.