

# Zorg goed voor uw eigen PR

In deze tijd is het van belang dat u de PR (Public Relations), van uw bedrijf en van u persoonlijk, op orde hebt. Het gaat niet alleen om websites, folders, persberichten, advertenties en andere uitingen. Maar vooral om wat u als ondernemer uitdraagt. Of u nu zzp'er of directeur bent, u bent het visitekaartje voor de onderneming.

## Wat is PR?

PR wordt ingezet ter bevordering van het wederzijds begrip tussen organisaties en hun omgeving. PR is in eerste instantie niet bedoeld om de verkoop te stimuleren. Doel is om het

gewenste imago van de organisatie te realiseren. In het geval van een onderneming helpt het gewenste imago natuurlijk wel om winst te maken. Als ondernemer is het van belang om voor uzelf te bepalen wat uw gewenste imago is en dat vervolgens ook uit te dragen.

## Bepaal het gewenste imago

Als voorbeeld neem ik een sportschoolhouder. Op welk deel van de markt wil de sportschool zich richten? De doelgroep kan bestaan uit grote

sterke mannen en vrouwen met strakke lichamen. Maar het kan zich ook richten op mensen die altijd een gevecht leveren met hun gewicht en die zich van een minder gezonde levensstijl bedienen. Als helder is welke groep wordt bediend kan men de middelen inzetten die deze groep aanspreekt. Zo dragen de inrichting van het bedrijf, de medewerkers, het logo, de website, het productaanbod, de folders en de prijs bij aan het imago.

## Wat kan ik zelf bijdragen?

Uw presentatie, mening en aanwezigheid beïnvloeden sterk het beeld van de onderneming. Dit moet in lijn liggen met wat de onderneming wil uitstralen. Belangrijk is wel dat het vooral dichtbij zelf blijft. Bent u zzp'er, dan is dat niet zo moeilijk. Uw persoonlijkheid heeft mede de keuze voor uw vak bepaald. Maar bent u een filiaalmanager van een groot bedrijf dan kan dit nog wel eens lastiger zijn. Door overnames of veranderingen in de markt kan het imago van uw onderneming veranderd zijn. Een imago waar u zich minder prettig bij voelt. Om uw eigen PR te ondersteunen is het belangrijk dat u zichtbaar wordt voor de mensen binnen uw doelgroep. Ga naar netwerkbijeenkomsten, knoop contacten aan. Vergeet daarbij niet dat PR geen verkoop is. Zodra u op een netwerkbijeenkomst direct in de 'verkoopstand' gaat, haken mensen af. Het gaat bij netwerken om aangaan van relaties. Men moet u leren kennen en dat kost tijd. Als men weet wie u bent, wekt u interesse op voor u als persoon en ook voor uw onderneming. Zo ontstaat de gunfactor. Dan komt de mogelijkheid om diensten of producten te verkopen. Daarnaast kunt u uw imago ondersteunen door gebruik te maken van sociale media.

Zoals bij elk verkoopproces moet u eerst investeren. Investeer tijd en aandacht in uw relatienetwerk en zorg zo goed voor uw eigen PR. ■



## Herman Opmeer

directeur Opmeer PR & Communicatie  
Haarlem  
023 540 19 71; 06 46 37 74 54  
herman@opmeercommunicatie.nl  
www.opmeercommunicatie.nl