

De cijfers op een rij:

DE BELANGRIJKSTE UITKOMSTEN UIT CISION'S 2021 GLOBAL STATE OF THE MEDIA RAPPORT

Hoe graag we 2020 ook zouden willen bestempelen als slechts een vreemde droom, hebben de gebeurtenissen van het afgelopen jaar nog steeds een impact op ons persoonlijke en professionele leven. Het 12e jaarlijkse State of the Media rapport van Cision, een onderzoek onder meer dan 2.700 journalisten wereldwijd, werpt een blik op hoe deze uitdagingen zich voordoen in de media - en de impact ervan op relaties met PR-professionals.

Wat houdt journalisten tegenwoordig het meest bezig? En nog belangrijker, wat betekent dit voor jou, als PR-professional? We hebben een aantal van de meest onthullende inzichten die journalisten hebben gedeeld voor je op een rijtje gezet - aan de hand van de cijfers:

101

Het minimumaantal pitches dat 28% van de journalisten aangeeft gemiddeld per week te ontvangen.

Geen slecht aantal, maar wat heeft dit met jou te maken vraag je jezelf misschien af?

Het is best een aanzienlijk aantal voor journalisten, zorg daarom dat jouw verhaal opvalt met een pakkende kop, een unieke invalshoek die relevant is voor de doelgroep van de journalist, een origineel onderzoek, multimedia-elementen die kleur geven aan je verhaal en alle andere belangrijke details. Journalisten hebben namelijk weinig tot geen tijd voor follow-ups, dus hoe makkelijker jij hun werk maakt, des te groter de kans dat ze jouw verhaal zullen oppakken.

Een kwart of minder

Het aantal pitches dat de overgrote meerderheid van de journalisten (69%) ontvangt dat ze kunnen bestempelen als daadwerkelijk relevant voor hun doelgroep.

De conclusie: Doe je huiswerk om er zeker van te zijn dat het verhaal, nieuws of product dat je wil promoten zinvol is voor de journalisten op wie je je richt en (nog belangrijker) hun doelgroep. Google de namen van journalisten, lees hun artikelen van te voren en pas je boodschap daar vervolgens op aan.

5 of meer

Het aantal verhalen dat 45% van de journalisten aangeeft op te pakken.

De boodschap is hier: Neem het allereerst niet persoonlijk op als een journalist niet reageert op je verhaal. Ze zijn al druk genoeg en hun prioriteiten liggen misschien elders. Ten tweede, geef journalisten van tevoren genoeg informatie om een verhaal te schrijven. Dit scheelt onnodig heen en weer schakelen en bespaart daarom beide partijen uiteindelijk tijd.

68%

Het aantal journalisten dat eigen onderzoek wil ontvangen van PR-professionals.

De les die hieruit te leren valt is dat als je over overtuigende en interessante informatie en uitkomsten beschikt die niemand anders kan bieden, de kans veel groter is dat je verhaal wordt opgepakt.

Nul

De mate van tolerantie die journalisten hebben voor:

a) Pitches die klinken als marketingbrochures en b) PR-professionals die niet ... stoppen ... met ... opvolgen. (Voel je aangesproken als jij er één bent.) De lessen die hieruit te halen zijn: Schrijf pitches die persoonlijk zijn en klinken alsof ze van een mens komen in plaats van een bot. En geef journalisten wat ademruimte (ze hebben het al druk genoeg). Als ze vragen hebben, nemen ze echt wel contact met je op (zorg er dus voor dat je een goed bereikbaar telefoonnummer en e-mailadres communiceert).

Onmeetbaar

De druk waar journalisten onder werken om maar verhalen te blijven schrijven die zoveel mogelijk exposure en engagement moeten genereren (ook wel het soort bereik dat advertentie-inkomsten oplevert).

Conclusie: PR-professionals moeten continue blijven anticiperen, monitoren en snel handelen en inspelen op trending verhalen/onderwerpen waar journalisten op zitten te wachten. Maar zorg er als PR-professional ook voor dat je pitch die "it"-factor heeft die zich vertaalt in exposure en engagement. (Tip: het opnemen van overtuigende data, citaten van experts en multimedia-elementen zullen daar ten zeerste aan bijdragen).

Om meer te weten te komen over deze cijfers en andere opkomende trends die elke PR-professional op dit moment zou moeten weten, kun je het volledige rapport hier downloaden.

[DOWNLOAD RAPPORT](#)

