

# Bereik de media met expertquotes

Een uitgave van ANP Business en Videonieuwsbericht



# Laat zien dat je kennis in huis hebt

Veel kennisorganisaties benutten de kennis van hun experts onvoldoende. Zonde, omdat je hier veel *earned media*, oftewel gratis publiciteit mee kan genereren.

Door aan de slag te gaan met expertcommunicatie en in te haken op het nieuws met de expertise van jouw organisatie, neem je deel aan het **actuele gesprek**. En kom je als expert onder de aandacht van de media.

Hier vind je **7 tips** hoe je dit succesvol aanpakt.



# Waarom met jouw expertise naar buiten treden?



Voordat je aan de slag gaat met expertcommunicatie, zetten we voor je op een rij wat je ermee kunt winnen.

- Je onderscheiden als organisatie.
- Jezelf positioneren als thought leader.
- Betrokkenheid creëren.
- Zelf een bron van nieuws worden.
- Aandacht trekken van diverse doelgroepen.
- Vertrouwen en geloofwaardigheid opbouwen.
- Publiciteit genereren in relevante (vak)media.

# Kom in het nieuws met expertquotes



Met expertcommunicatie sluit je aan op wat er actueel is door daarop te reageren met een eigen mening of visie.

Je doet dat bijvoorbeeld door een blog te schrijven, een opiniestuk te maken of expertquotes naar media te versturen.

Op de volgende pagina's vind je **7 belangrijke tips** om op een succesvolle manier naar buiten te treden met je interne expertise.

# 1

## Vind je interne expert



Wie is er intern geschikt als expert om namens jouw organisatie naar buiten te treden? Eigenlijk iedereen die **bepaalde kennis of ervaring over het onderwerp** heeft. Dat is niet altijd de CEO, vaker is dat een *subject matter expert*.

Wel is het handig als de persoon in kwestie ook **naar buiten wil treden**. Iemand die liever niet in de spotlight staat, is wellicht niet geschikt in deze rol.

# 2

## Zoek naar nieuws om op te reageren



Hoe kom je erachter wat er actueel is zodat je daar op kunt reageren?

- Lees met regelmaat nieuws en opinie in **kranten** en op **social media**.
- Luister naar **podcasts** en de **radio** en kijk journaals en talkshows.
- Gebruik een **nieuwsapp**, bijvoorbeeld die van ANP of NOS.
- Stel **Google Alerts** in op onderwerpen in jouw vakgebied.

# 3

## Bedenk wat je wilt vertellen



Bedenk **wat je van het nieuws vindt** vanuit jouw expertise en geef antwoord in 1 tot 3 zinnen per vraag:

- **Wat is er aan de hand?** Je vertelt wat er in het nieuws, de actualiteit of in je vakgebied speelt. Ofwel: wat is de nieuwsaanleiding waar je op reageert?
- **Wat vind ik ervan?** Vanuit je expertise vertel je wat je hiervan vindt. Is het een goede ontwikkeling of niet? Hoe raakt het je organisatie of welke invloed heeft het op je vakgebied of doelgroep? Wat is het probleem?

# 3

## Bedenk wat je wilt vertellen



- **Waarom vind of weet ik dit?** Wat is jouw achtergrond of ervaring op dit onderwerp?
- **Wat is het probleem?** Omschrijf hier zo kort en krachtig mogelijk het probleem of pijnpunt.
- **Wat is de oplossing?** Wat moet er gebeuren? Wie of wat moet actie ondernemen en wat adviseer jij daarover? Moet jouw doelgroep iets concreets doen? Of roep je een instantie op tot verandering? En wat gebeurt er als het níet wordt opgelost?

# 4

## Schrijf de quote op



Heb je de vragen beantwoord, dan is het tijd om je quote op te schrijven. Gebruik ongeveer **200 woorden**.

- **Eerste alinea** - Schrijf een samenvatting van 3 zinnen. Hierin staat wat je van het nieuws vindt en wat je oplossing is.
- **Maak nu alvast de titel** - Vat je antwoorden op de vragen nu in een enkele pakkende zin samen tot een zo nieuwswaardig mogelijke kernboodschap. Bijvoorbeeld: Monitoring tunnels kan langdurige verkeersoverlast voorkomen.
- **Overige alinea's** - De rest van de tekst gebruik je om de stelling die in de titel staat kracht bij te zetten.

# 5

## Jouw expertquote op video



Er zijn **drie onderdelen** essentieel bij het reageren op het nieuws: ervaring, expertise en een verfrissende blik.

Het kan een uitdaging zijn om deze elementen samen te voegen tot een aantrekkelijke vorm.

Eén van de manieren is om **jouw quotes op video op te nemen**. Een expertquote-video helpt bij het delen van kennis en het informeren van een breed publiek op een aantrekkelijke manier.

# 6

## Tijd voor de opname



Weet je eenmaal wat je precies wilt vertellen, dan is het tijd voor de opname. Een expertquote op video duurt idealiter één minuut (dit zijn ongeveer 150 woorden). Je kunt de opname op twee manieren aanpakken.

Je neemt de quote zelf op met een **smartphone**. Of je zet een **camerajournalist** in die de opname doet en de expert op locatie begeleidt.

Op de volgende pagina's vind je **10 praktische tips** voor een opname met je smartphone.

# 10 Praktische opnametips

## 1. Kies een geschikte opnamelocatie

Zorg dat de omgeving aansluit bij je boodschap: een rustige plek zonder afleidende achtergrond helpt de kijker te focussen. Ga niet voor een witte muur staan. Creëer wat diepte in je beeld door bijvoorbeeld een interessante achtergrond te kiezen.

## 2. Gebruik 'Niet Storen'-modus

Zet je telefoon op 'Niet Storen' of vliegtuigmodus om te voorkomen dat meldingen of telefoontjes je opname verstoren.

## 3. Gebruik een externe microfoon

Zorg ervoor dat je goed verstaanbaar bent door een externe microfoon te gebruiken. Zo voorkom je storend omgevingsgeluid.

## 4. Houd de smartphone stabiel

Gebruik een statief of plaats je telefoon ergens stevig om onrustig beeld te voorkomen.

## 5. Zet de camera op ooghoogte

Plaats de camera op ooghoogte, zodat je recht in de camera kijkt en de kijker zo op een gelijkwaardig niveau aanspreekt. Dit creëert vertrouwen en verbinding en maakt dat de boodschap beklijft.

## 6. Framing

Plaats jezelf iets boven het midden van het beeld, met wat ruimte boven je hoofd. Zorg dat je niet te ver weg staat, zodat je gezicht goed zichtbaar is.

# 10 Praktische opnametips

## 7. Film met het licht mee

Zorg ervoor dat je met je gezicht naar de lichtbron staat, zodat je goed verlicht bent en zichtbaar blijft.

## 8. Kies de juiste beeldverhouding

Afhankelijk van het platform kies je de juiste beeldverhouding: staand (verticaal), liggend (horizontaal) of vierkant.

## 9. Controleer de opname

Kijk je video terug om te zien of je goed in beeld bent en of het geluid helder en goed te verstaan is.

## 10. Ondertitel de video

Voeg ondertiteling toe, zodat je boodschap ook zonder geluid duidelijk en toegankelijk is voor slechthorenden.



# 7

## Deel je expertise



Heb je jouw expertquote, artikel of video klaar, dan is het tijd om deze te distribueren. Er zijn meerdere manieren om dat te doen:

- Deel je quote, artikel of video via je **eigen** sociale media **kanalen**, nieuwsbrief en website. Vooral LinkedIn zorgt voor een groot bereik.
- Stuur je quote, artikel of video mee met een **persbericht**.
- Schrijf je interne expert in via een **journalistieke bronnenbank**.

# Aan de slag met expertcommunicatie?

Klaar om aan de slag te gaan? Gebruik de experts en hun deskundigheid vanuit jouw organisatie als ultieme ambassadeurs en **kom vaker in de media**.

Zo bereik je sneller jouw doelen zoals meer merkbekendheid, een betere reputatie of grotere betrouwbaarheid van je merk.

Begin met het schrijven van journalistiek aantrekkelijke quotes. Meer leren over het schrijven van expertquotes?

[Lees dit artikel](#)



# Media-aandacht genereren met videoquotes?

De expertquotes in een aantrekkelijke vorm gieten? Dan is het slim om te leren hoe je videoquotes maakt.

Bekijk gerust de **gratis online mini-training** van ANP Business en Videonieuwsbericht en leer ins & outs om direct aan de slag te gaan!

[Naar de training](#)

