

10 TIPS VOOR OPTIMALE PERS & PR RONDOM DE HORTI FAIR 2011

Om uw bedrijf, producten en diensten onder de aandacht brengen bij een interessante doelgroep van tienduizenden tuinbouwprofessionals, is de International Horti Fair een prima jaarlijkse vakbeurs. En u kunt meer uit uw beursdeelname halen door in de aanloop naar en tijdens de beurs veel aandacht te besteden aan uw publiciteitstraject. Hieronder 10 p.r.-tips waarmee u nog meer rendement uit uw deelname haalt:

1. Lees het digitale deelnemershandboek bij de button Promotie... en profiteer van de vele opties

In het digitale deelnemershandboek vindt u meer informatie over persvoorlichting en promotie rondom de beurs en hoe u hierop in kunt spelen. Hier staan tevens de deadlines voor het tijdig aanleveren van persmateriaal en noviteitenformulier. Er zijn ook dit jaar weer extra promotiemogelijkheden via de website van de International Horti Fair: www.hortifair.nl, zoals het zoeken/vinden op productniveau.

Het thema van de Horti Fair 2011 is 'Duurzaam Verdienen'. Door hierop in te spelen, maakt u extra kans op aandacht! Ook dit jaar wordt de Horti Fair Best Participant Award toegekend voor de stand met de krachtigste communicatie. Daarbij worden meer aspecten meegenomen, die bij het formulier 'Horti Fair Best Participant Award' staan vermeld.

2. Vul tijdig het noviteitenformulier in

Bij de persvoorlichting voorafgaand en tijdens de beurs maken de persvoorlichters van de International Horti Fair graag gebruik van nieuws van exposanten. Met nieuws bedoelen we nieuwe producten/diensten die voor het eerst gepresenteerd worden op de Nederlandse en internationale markt. Retourneert u daarom zo spoedig mogelijk het noviteitenformulier uit het deelnemershandboek. Van alle aanmeldingen maken wij een overzicht, dat al in een vroeg stadium aan de vakpers wordt verstrekt ten behoeve van de beurspecials. Het overzicht dient als eerste, snelle, oriëntatiemiddel voor de journalisten aan de hand waarvan zij verdere research doen naar wat hen interessant lijkt. Bovendien worden alle aangemelde noviteiten vermeld op de website van de International Horti Fair: www.hortifair.nl.

Uw noviteit dingt mee naar de Horti Fair Innovation Award!

De Innovation Award wordt op de beurs uitgereikt aan het meest innovatieve product of dienst op de Horti Fair (en beloond met een mediacheque van 5.000!). Het product moet ook daadwerkelijk getoond worden op de beurs en nieuw zijn ten opzichte van producten of diensten die al op de markt zijn. Genomineerden en winnaars van de Awards mogen zich verheugen in veel media-aandacht van de vakpers. Door tijdig het noviteitenformulier in te vullen (voor 20 augustus), dingt u automatisch mee naar de Innovation Award, die wordt georganiseerd door de International Horti Fair en Reed Business.

3. Persberichten

Kondig uw nieuws aan met een goed persbericht, dat als volgt is opgebouwd:

- Datum
- Headline: wie + wat (het actuele nieuwsfeit) of alleen wat
- Lead: wat (het actuele nieuwsfeit) + wie, waar, wanneer soms: óf hoe óf waarom óf waarmee/met wie
- Tekst: uitleg en verklaring overige nieuwsfeiten (overige w's: met wie/waarmee; hoe; waarom) in volgorde van afnemende belangrijkheid
- achtergrond en geschiedenis
- Noot aan de redactie: naam bedrijf, afdeling, contactpersoon, telefoon, e-mail

4. Bondige persmap

Zorg voor persmappen in de taalversies die aansluiten bij uw marktgebieden. Deze kunnen ook via de perskamer van de International Horti Fair worden verspreid (aanleveren maandag 12 oktober tussen 14.00 en 15.00 uur in de perskamer). Een goede persmap bevat de volgende informatie:

- beknopte informatie over uw bedrijf en het leveringsprogramma
- persbericht met een heldere beschrijving van de nieuwe producten
- zo mogelijk duidelijke foto's (formaat 13 x 18), ook digitaal (!) in hoge resolutie, voorzien van bijschrift ter illustratie van de nieuwe producten
- een verwijzing naar uw stand en de woordvoerder op de stand voor nadere informatie, alsmede het telefoonnummer en de contactpersoon bij wie men terecht kan voor informatie na afloop van de beurs
- lever de informatie ook digitaal aan (USB-stick) en zorg ervoor, dat deze ook van uw website is te downloaden.

5. Communiceer dat u aan de International Horti Fair 2011 deelneemt

Laat uw klanten en relaties weten dat u aan de International Horti Fair deelneemt. Denkt u hierbij aan verwijzingen in advertenties naar uw stand, vermelding van uw aanwezigheid op de beurs in al uw correspondentie zoals facturen, brieven, mailingen, het ophangen van een International Horti Fair poster, het plaatsen van een International Horti Fair-button met link op uw website en verspreiding van relatiekaarten/uitnodigingen. Actieve verspreiding garandeert een (nog) beter bezoek aan uw stand! Besteed ook aandacht aan mogelijke beursaanbiedingen, vermeld uw standnummer(s). Gebruik sms'jes, twitter over uw deelname en geef uw medewerkers de tip alle gesprekken af te sluiten met: tot ziens op de Horti Fair. Maak uw klanten attent op de gratis e-mailnieuwsbrief, HortiVisit, die vanaf augustus tot en met de beurs wekelijks verschijnt en op te vragen is via www.hortifair.nl/hortivisit.

6. Altijd aanspreekbaar voor een journalist

Het kan zijn dat redacties naar aanleiding van de noviteitenlijst of uw persinformatie meer achtergrondinformatie willen. Laat het beantwoorden van hun vragen niet liggen, want dan loopt u het risico dat de aandacht naar een ander product dan het uwe gaat. Tegenwoordig willen journalisten graag fotomateriaal in hoge resolutie per e-mail ontvangen. Zorg dat u de persinformatie en beeldmateriaal altijd snel per e-mail kunt versturen, en houd rekening met de vaak harde deadlines van de (vak)bladen (inclusief hun e-mail nieuwsbrieven en websites).

7. Bepaal wie aanspreekpunt voor de pers is in uw bedrijf

Probeer zoveel mogelijk één persoon binnen uw bedrijf het aanspreekpunt te laten zijn voor de pers. Zo bent u er zeker van dat altijd dezelfde informatie doorgegeven wordt. Vanzelfsprekend kunt u voor verschillende vakgebieden doorverwijzen naar diverse specialisten binnen uw bedrijf. Maar door één gezicht naar de pers te hebben, bouwt u ook makkelijker een goede relatie met de journalisten op.

8. Houd ons op de hoogte van (pers)activiteiten

De persvoorlichters van de Horti Fair sturen enkele weken voor de beurs een laatste agendaoverzicht met persactiviteiten door exposanten op de International Horti Fair naar de pers en vermelden dit ook op de dagagenda op de website, de Horti Fair Daily News en de welkomstfolder voor alle bezoekers. Houdt u ons dus goed op de hoogte als u een persactiviteit gepland heeft, in Nederlands en Engels. Wij kunnen dan ook tijdens de beurs bezoekers en journalisten op uw activiteiten wijzen.

9. Profiteer van de preview voor de vakpers op 13 oktober

Speciaal voor de tientallen internationale journalisten in de tuinbouwvakpers wordt op de eerste beursdag, 13 oktober, een perspreview georganiseerd, vanaf 08.00 tot 10.00 uur. Ons advies is daarom uw stand vanaf dat tijdstip te bemannen, zodat eventuele vragen van de pers kunnen worden beantwoord. Zorg er voor, dat alle informatie beschikbaar is in de taalversies, die voor u van belang zijn. De preview maakt ook onderdeel uit van het vakpersprogramma, dat de International Horti Fair in samenwerking met tuinbouwsector- en promotieorganisaties op touw zet.

10. Extra evenementen op uw stand en/op Horti Fair Stage

Extra evenementen op uw stand kunnen altijd interessant zijn voor bezoekers en potentiële klanten. Nieuw is de optie om op het Horti Fair Stage, het nieuwe evenementenpodium in hal 6 van Amsterdam RAI, uw bedrijf te presenteren. Informeer naar de mogelijkheden en voorwaarden!

10 TIPS FOR OPTIMUM PRESS & PR FOR THE HORTI FAIR 2011

The International Horti Fair is an excellent annual trade show for bringing your business, products and services to the attention of an interesting target group of tens of thousands of horticultural professionals. And you can get even more out of taking part in the exhibition by paying a lot of attention to your publicity process in the run-up to and during the fair. Here are 10 PR tips to make your participation even more profitable.

1. **Read the digital exhibitors manual under the Promotion button... and take advantage of the many options**

The digital exhibitors manual contains more information about press briefings and promotion in connection with the trade show and how you can link in with this. The manual also contains the deadlines for submitting press material and the 'New Products' form in time. Extra promotional options, such as searching/finding at product level, will again be offered this year via the website of the International Horti Fair at www.hortifair.nl.

The theme of the Horti Fair 2011 is 'For a sustainable future' and linking in with this will give you an extra chance of attracting attention! The Horti Fair Best Participant Award will once more be presented to the stand with the most powerful communication this year. The further aspects taken into consideration are stated with the 'Horti Fair Best Participant Award' form.

2. **Complete the 'New Products' form in time**

The press officers of the International Horti Fair like to use news from exhibitors for the press briefings in advance of and during the trade show. What we mean by news is new products/services being presented on the Dutch and international markets for the first time. This is why you should return the 'New Products' form in the exhibitors manual as soon as possible.

We prepare a summary of all registrations that is issued to the trade press at an early date for the benefit of the exhibition specials. The summary serves as the first, fast orientation tool for journalists, who use it as the basis for further research into what seems interesting to them. In addition, all registered new products are listed on the website of the International Horti Fair at www.hortifair.nl.

3. **Your new product competes for the Horti Fair Innovation Award!**

The Innovation Awards are presented at the exhibition to the most innovative product or service at the Horti Fair in the categories of Horti Tech and Horti Grow & Trade. The product also has to actually be on show at the fair and be new compared to products or services already on the market.

Nominees and winners of the Awards attract a lot of media attention from the trade press. By completing the 'New Products' form in time (before 15 August), you will automatically compete for these Innovation Awards, which are organized by the International Horti Fair and Reed Business.

4. **Press releases**

Announce your news by means of a good press release, constructed as follows:

- Date
- **Headline:** who + what (the actual news fact) or only what
- **Lead:** what (the actual news fact) + who where, when or (sometimes): how or why or with what /with whom
- **Text:** explanation and clarification other news facts (other w's: with whom/what; how; why) in descending order of importance
- Background and history
- Note for the editorial staff: company name, department, contact, telephone, e-mail

5. **Concise press file**

Ensure there are press files in the languages of your market areas. These can also be distributed through the press room of the International Horti Fair (deliver to the press room at hall 7 of the RAI between 14.00 and 15.00 hours on Monday 12 October).

A good press file contains the following:

6.

- concise information about your business and the range of products
- a press release with a clear description of the new products
- clear photographs (size 13 x 18) if possible or supplied digitally (CD-rom) in high resolution, with a caption describing the new products
- a reference to your stand and the spokesperson on the stand for further information, as well as the telephone number and the contact to approach for information after the trade fair has ended
- supply the information digitally as well (USB flash drive) and ensure that it can also be downloaded from your website.

7. **Communicate that you are taking part in the International Horti Fair 2011**

Let your customers and associates know that you are taking part in the International Horti Fair. Think in terms of references to your stand in advertisements, mentioning your presence at the exhibition in all your correspondence, such as invoices, letters and mailings, hanging up an International Horti Fair poster, placing an International Horti Fair button on your website with a link, and the distribution of business tickets/invitations. Active distribution guarantees (even) more visits to your stand! Also consider possible special offers at the exhibition, state your stand number(s). Use text messages and tweets about your participation and give your employees the tip of closing every conversation with "See you at the Horti Fair."

8. **Always available to journalists**

It is possible that editorial staffs will want more background information in response to the new products list or your press information. Do not put off answering their questions, because if you do, you run the risk of their attention shifting to a different product than yours. Journalists like to receive high resolution images by e-mail these days. Ensure that you can always send the press information and images quickly by e-mail and take the often hard deadlines of the (trade) journals into consideration.

9. **Decide who the press contact is in your company**

Try to have one person at your company who is the press contact. You can be sure in this way that the information passed on is always the same. It goes without saying that you can refer the press to various specialists at your company in various specific fields of expertise, but having a single face for the press makes it easier for you to build up good relationships with journalists.

10. **Keep us informed about (press) activities**

A few weeks before the Horti Fair, the press officers of the Horti Fair send the press a last agenda overview with press activities organized by exhibitors at the International Horti Fair and also include this information in the daily agenda on the website, the Horti Fair Daily News and the welcome leaflet for all visitors. So keep us well informed if you have planned a press activity in Dutch and English and then we can direct the attention of visitors and journalists to what you are doing, during the fair.

11. **Take advantage of the preview for the trade press on 13 October**

A press preview is being organized from 08.00 to 10.00 hours on 13 October, the first day of the trade fair, specially for the dozens of international journalists from the horticultural trade press. Our advice, therefore, is to staff your stand as from that time, so that any questions from the press can be answered and also to ensure that all information is available in the languages that are important for you. The preview is also a part of the trade press programme that the International Horti Fair plans in cooperation with the horticultural sector and promotional organizations.