



landelijke
huisartsen
vereniging

Laat social media voor je werken

Onze belangrijkste tips and tricks om jouw verhaal te formuleren, je op sociale en in traditionele media te begeven en zo jouw doelen te bereiken.

4 elementen voor een goed verhaal

1. De Aandachtstrekker

- Begin met een krachtige opening die de aandacht trekt.
- Dit kan een prikkelende vraag, een verrassende statistiek of een korte anekdote zijn.

2. Wat is het probleem?

- Schets het probleem of de behoefte van je doelgroep.
- Maak het herkenbaar en relevant.

3. Wat is jouw oplossing?

- Vertel kort en concreet hoe jouw idee het probleem oplost.
- Benoem de voordelen voor de doelgroep.

4. Call-to-Action (CTA)

- Sluit af met een duidelijke actie die je van de ander verwacht.

Social media content maken

- **Trigger de lezers met de eerste 2 zinnen.**
Maak direct duidelijk waar je post over gaat en waarom iemand door moet lezen of moet blijven kijken.
- **Gebruik beeld**
Een geschreven bericht valt meer op in een tijdlijn als er beeld (afbeelding of video) bij staat. Dat trekt meer de aandacht. Gebruik van beeld wordt beloond door algoritmes.
- **#: relevant én met veel volgers**
Gebruik hashtags, vooral hashtags die veel mensen volgen. Plaats ze onderaan (of bovenaan) je bericht, dat leest prettiger.
- **@: relevant en doelgericht**
Tag relevante personen en organisaties. Doe het gericht. Veel taggen komt niet sterk over en kan leiden tot minder bereik.
- **Gebruik bulletpoints, icoontjes en witregels**
Houd je bericht lekker leesbaar.

De pers belt! En dan?

Zie een media-optreden als een kans. Een persvraag kan spannend lijken, maar het kan ook een leuke manier zijn om aandacht te krijgen voor een belangrijk onderwerp of om de bevolking meer inzicht te geven in het huisartsenvak.

Je wordt benaderd door een journalist:

- **Neem de tijd om te reageren.**

Vraag de journalist wat hij/zij precies van je wil weten. Spreek af dat je hen te woord staat op een moment dat jou goed uitkomt. Maak daar een duidelijke afspraak over.

- **Bereid je goed voor**

Bedenk van te voren goed wat je wilt vertellen. Wat zijn de onderdelen die je zeker aan bod wilt laten komen? Bedenk ook alvast voorbeelden uit de praktijk om je verhaal te illustreren. Ter plekke zijn die vaak moeilijker te bedenken.

Wat is de aanleiding voor het item of artikel? Wie gaat de journalist nog meer spreken? Dat is nuttige informatie om je te kunnen voorbereiden op mogelijke vragen.

Je wordt benaderd door een journalist (vervolg):

- **Niets hoeft**

Komt het niet uit, voel je je niet geroepen om over een bepaald onderwerp het woord te spreken of heb je een andere reden: je hoeft niet mee te werken.

Denk je dat de journalist beter een breed beeld van het thema kan ophalen? Verwijs de journalist dan gerust naar de persvoorlichting van de LHV.

- **Feitencheck**

Als het om een geschreven interview gaat, vraag de journalist dan om je vooraf het artikel (of het gedeelte waarin jij voorkomt) toe te sturen, zodat je kunt controleren wat er aan jou wordt toegeschreven.

- **Wat je hebt gezegd, heb je gezegd**

Let wel op dat je in principe alleen op feitelijke onjuistheden kunt controleren. Als je spijt hebt van iets dat je gezegd hebt of juist nog informatie wilt toevoegen, dan hoeft de journalist daar niets mee te doen.

Tips voor het geven van een interview:

- **Spreek rustig en duidelijk**

Ga het gesprek dus in zoals je een gesprek met een patiënt aangaat: rustig, duidelijk en empathisch en gebruik zo min mogelijk afkortingen en ingewikkelde termen.

- **Blijf bij wat je weet**

Ga uit van de kennis en ervaring die je zelf hebt. Speculeer niet over motieven van anderen of mogelijke verklaringen.

- **Gebruik praktijkvoorbeelden**

Voor luisteraars/lezers/kijkers is de dagelijkse gang van zaken in de huisartsenpraktijk niet zo vanzelfsprekend als voor jouzelf.

- **Geen ingestudeerd verhaal**

Een interview is een gesprek. Zorg dat je het verhaal zo goed in beeld hebt, dat je het in je eigen woorden, op verschillende manieren, kunt vertellen.