



Handleiding 2025

Promotie en publiciteit





Promotie en publiciteit

De Dag van de Bouw is een landelijk event. Maar het allermooiste is dat het voor het publiek altijd dichtbij is om deel te nemen! En het ideaal is om samen met alle deelnemers de verscheidenheid, diversiteit en de grootsheid van onze sector te laten zien.

Wat doet Bouwend Nederland aan publiciteit?

Bouwend Nederland zorgt voor de social mediacampagne, de landelijke en regionale publiciteit en voor publicatie in uitagenda's. Ook zetten we onze social mediakanalen (LinkedIn, Facebook, Instagram en YouTube) in.

De landelijke social mediacampagne?

een maand voor de Dag van de Bouw rollen we een social mediacampagne uit. Via verschillende social mediakanalen roepen we mensen op om naar de Dag van de Bouw te komen.

Regionale publiciteit

Bouwend Nederland werkt met een bureau dat de regionale pers benaderd. Per regio sturen we een agendaverzoek (journalisten

zetten 21 juni dan in de redactie-agenda), ze bellen na en vragen wat journalisten interessant vinden om te laten zien. Bij regiomediala denk je aan de regionale omroepen en regionale kranten. Dus van L1 tot Omrop Fryslân, van de Stentor tot PZC en van RTV West tot At5 (en nog alle regio's daartussen).

Lokale publiciteit

Bouwend Nederland gaat helpen met de regionale en landelijke publiciteit, maar tussen de regio en landelijk is er ook nog lokale pers! En dat is in het hart van jouw publiek. Focus je op de lokale pers vooraf aan het event om zoveel mogelijk mensen te trekken.

Wat kun jezelf aan publiciteit doen?

Je kunt zelf natuurlijk ook lokale media benaderen en social mediakanalen inzetten. Denk aan Facebook, Instagram, LinkedIn of juist buurt-appgroepen. Gebruik op social media vooral de kenmerken #dagvande bouw en #debouwmaakt het. Wat kun je nog meer doen?

- Flyer drukken, programmaposter maken, emailhandtekening met banner? Binnenkort vind je op de Dag van de Bouw site de drukwerkbestanden van logo's en banners. Ook vind je een uitgebreide toelichting hoe je dit wel en niet toepast.
- Begin de publiciteit zo snel mogelijk, zodat iedereen tijdig op de hoogte is.
- In de publiciteit communiceren we de openingstijden van 10-16u. Wijk je hiervan af? Communiceer dit dan duidelijk aan jouw bezoekers online (op de Dag van de Bouw site) en offline.
- Nodig je doelgroepen uit via verschillende kanalen: (advertenties in) lokale/regionale omroep, website, social media.

- Werk je samen met andere partners. Laat ze ook communiceren over jouw bouwproject.
- Niet noodzakelijk, want Bouwend Nederland verzorgt samen met alle deelnemers de landelijke campagne. Maar mocht je wat budget hebben dan is een advertentie in lokale huis-aan-huisblad in de week voorafgaand aan Dag van de Bouw een idee. Als je dat budget hebt, vraag dan ook meteen of ze een groter artikel willen maken. Vaak zit de advertentieverkoop naast de redactie en die zijn op zoek naar goede lokale verhalen!
- Ken je iemand die goede foto's kan maken? Een goed beeld helpt je verder met vrije publiciteit.
- Ben je actief op social media? Post dan social ads of stories via onder andere Instagram en Facebook en gebruik daarbij #dagvande bouw en #debouwmaakt het
- Extra promotiemiddelen kunnen besteld via de webshop bouwendnederland.shop.



Maak een overzicht van lokale media in jouw regio

Inventariseer welke huis-aan-huisbladen en/ of lokale omroepen in een straal van zo'n 30 km om het bouwproject actief zijn. De mailadressen van de redactie staan vaak in de kranten of op de website. Is dit niet het geval? Bel ze dan even op om de juiste mailadressen op te vragen. Op lokaleomroep.startpagina.nl vind je een overzicht van lokale omroepen voor radio en TV per provincie in Nederland met een eigen website.

Inventariseer andere belangrijke (social) media

Zijn er andere belangrijke kanalen om jouw project in de spotlights te zetten? Denk breed: welke kanalen gebruiken mensen in de buurt om te bepalen wat ze in het weekend gaan doen? Misschien is er een UIT-kalender, een Facebookgroep of een buurt-app waar je jouw project op kan aankondigen met #dagvande bouw #debouwmaakt het

Goede fotografie is essentieel

Als je een goede foto van het project meestuurt, vergroot je de kans op plaatsing in een krant en/of op onlinekanalen, zoals websites en social media (o.a. Instagram, Facebook, LinkedIn).

- CMYK-kleuren
- Minimaal 300 dpi
- Houd minstens 1MB aan als grootte van de foto

Denk goed na over wanneer je publiciteit inzet

De media houden van actuele onderwerpen. Daardoor heb je de meeste kans op plaatsing van jouw artikel in huis-aan-huisbladen ongeveer 1 à 2 weken voordat de Dag van de Bouw plaatsvindt.

Houd rekening met de verschijningsdata van de gedrukte media

De meeste huis-aan-huisbladen verschijnen op dinsdag, woensdag of donderdag. Stuur je persbericht minstens een week voor de publicatiedatum, liever nog wat eerder. Voor plaatsing in de krant van dinsdag 17 juni (21 juni 2025 is de Dag van de Bouw) kun je het bericht het beste al op 9 of 10 juni 2025 versturen. Op onze website vind je binnenkort een voorbeeld persbericht wat je kunt aanpassen om je project te promoten.

Stuur het persbericht op de juiste manier

Het meest gangbare is het als je het persbericht als platte tekst in de 'body' van de mail zet. Logo's blijven doorgaans in de spamfilters hangen en kun je het best meesturen in de bijlage van je mail. De mailadressen van de redacties en journalisten zet je in de bcc kolom en je verstuurt de mail ook als cc aan jezelf.

Plaats zelf nieuwsberichten

Bij veel huis-aan-huisbladen is het mogelijk om zelf nieuwsberichten te uploaden via hun website. Maak hier gebruik van en plaats er een leuke foto van het project bij, waarbij de bouwplaats goed in beeld is en vermeldt daarbij #dagvande bouw #debouwmaakt het

Exclusieve rondleiding voor lokale omroep/ media en lokale influencer

Je wilt zoveel mogelijk publiek trekken. Vraag de lokale pers vooraf om te komen of vragen te stellen. Zorg dat ze al exclusief vooraf aan de Dag van de Bouw alvast een rondleiding te krijgen. Hier kunnen ze dan een item van maken voor radio en/of televisie, wat hopelijk kijkers of luisteraars zal enthousiasmeren om het project te bezoeken op 21 juni 2025. En wat dacht je van het uitnodigen van een lokale influencer? De lokale beroemdheid heeft met haar of zijn social mediakanalen ook veel bereik onder jouw doelgroep.

Verspreid informatie over de Dag van de Bouw via social media

Zet de informatie over Dag van de Bouw tijdig op jullie eigen website en op die van het project (als daar een aparte website voor is). Ben je met het bedrijf actief op social media? Post dan ook via die kanalen regelmatig updates over de Dag van de Bouw. Tip: vraag aan de collega's om een berichtje/uitnodiging via hun eigen social media te versturen en gebruik #dagvande bouw #debouwmaakt het

En dan na een goede voorbereiding is iedereen er klaar voor! Laat het publiek maar komen. Iedereen weet precies wat ze moeten doen en kan het draaiboek dromen. Overal is aan gedacht. Ook aan de dankjes? En wie schrijft er een mooi verslag of doet de live social media?

Heb je vragen of advies nodig? Mail dan naar dagvande bouw@bouwendnederland.nl

Ervaringen delen door heel Nederland op de dag zelf

Deel de foto's van bezoekers op social media

Bekijk de foto's die bezoekers van jouw project plaatsen op social media zoals Instagram of Facebook. Deel deze via het account van jouw bedrijf en gebruik met #dagvandebouw #debouwmaakt het. Zo toon je aan mensen die niet op de open dag aanwezig waren, maar wel jouw social media-account volgen hoe leuk en interessant het was.

Je kunt die dag ook zelf een suggestie doen door een eigen hashtag naast deze hashtags te (laten) gebruiken. Bijvoorbeeld #groeneboog, #nieuwbouwfazant of #villalierdal etc. maar dan één die goed bij jouw project past. Laat je bezoekers weten welke hashtags ze kunnen gebruiken. Zo kun je aan het eind van de dag makkelijk de gemaakte en geplaatste foto's terugvinden op social media.

Bezoekersaantallen – geef ze alsjeblift aan ons door

De Dag van de Bouw is bedoeld om mensen te enthousiasmeren voor het werk van - en het werken in - de bouw. Daarom zijn we heel benieuwd hoeveel mensen jouw locatie op zaterdag 21 juni hebben bezocht.

Geef jullie bezoekersaantal alsjeblift vóór 16:00 uur op de dag zelf aan een van de leden van het Dag van de Bouwteam door. Zij nemen zelf in de week ervoor contact met jullie op om via Whatsapp op de dag zelf te communiceren.

