

## PDR public relations versterkt positie in de foodbranche

# Contentmarketing als basis voor succes

FoodValley is the place to be voor bedrijven in de foodsector. Steeds meer bedrijven vinden hun weg naar onze dynamische regio. Dit inspireerde PDR public relations tot het ontwikkelen van een speciaal recept voor foodbedrijven. Ons geheime ingrediënt? Een gestructureerde aanpak voor het creëren van naamsbekendheid.



Twitter, Facebook, nieuws op je eigen website en jouw blog: hoe krijg je het allemaal gevuld met de juiste informatie? PDR public relations regelt het voor u. We ontwikkelen bijvoorbeeld contentkalenders. Dit is een handige leidraad waarop al uw communicatithema's voor het hele jaar overzichtelijk zijn ingedeeld. Zo sluiten de website, uitingen op sociale media, marketingacties, persberichten en alle andere communicatie uitingen naadloos op elkaar aan en vertellen ze dezelfde boodschap.

### Laat je merk leven

PDR public relations bouwt al jaren aan de identiteit en het imago van klanten in de foodsector. Mirjam Talens, PR-adviseur bij PDR public relations en gespecialiseerd in de foodsector: "Publiciteit en naamsbekendheid bouw je op door persoonlijke dialoog met je doelgroep. Dus niet alleen in een advertentie roe-

pen dat je de beste bent, maar juist via diverse contactmomenten je merk laten ervaren. Een voorbeeld hiervan is de introductie van het biologische merk Leev. Inmiddels zijn producten van Leev te koop in tal van supermarkten door heel Nederland en serveert KLM het in de business class, dat is een mooi resultaat." De branchevereniging voor PR-bureaus heeft onze casus beloond met de Dutch PR Award.

### Koffie, bagels en patat

Koffie, bagels en patat. Een wat rare combinatie misschien. Maar toch hebben ze iets gemeen. PDR public relations verzorgt de publiciteit van onder andere Fortune, specialist in koffie en koffiemachines, Bagels & Beans, de populaire broodjes- en koffiezaak en 't Pakhuis Horeca & Catering. Voor deze foodspecialisten spelen we met contentmarketing in op het beïnvloeden van de consumentenkeu-

zes via bijvoorbeeld foodcommunities. Directeur Peter Pors: "We zoeken bewust contact met de doelgroep via diverse kanalen. Zo helpen we consumenten bij het maken van hun keuzes en bieden we hen tegelijk de ruimte om te reageren. De houding en opinie van de crowd, jouw klanten, is immers cruciaal."

Zelf aan de slag?

Wilt u ook aan de slag met contentmarketing? Neem contact op met PDR public relations via 0318- 438487 of neem een kijkje op onze website [www.pdr.nl](http://www.pdr.nl). ■

**PDR public relations**  
T: 0318 – 438 487  
I: [www.pdr.nl](http://www.pdr.nl)  
E: [info@pdr.nl](mailto:info@pdr.nl)

