

プレスリリースの 書き方・届け方

まとめました!

プレスリリース 書き方・送り方 (要約)

講師 中小企業診断士 中島 史朗 氏

共催 株式会社エクスウィルパートナーズ インサイドアウト (志師塾OB会)



プレスリリース 書き方・送り方 (要約)

◎広報(PR)の効果

- ・売上 →UP
- ・新規顧客 →獲得
- ・既存顧客 →継続購入
- ・関係先 →信用度UP
- ・自社社員 →モチベーションUP
- ・新卒社員 →優秀な人材確保
- ・銀行 →有利な融資

マスコミに掲載される、3ステップ

1. (① ネタ)を見つける・創る

2. (② プレスリリース)を書く

3. (② プレスリリース)を送る

マスコミ掲載に最も大切なこと

自分が「書きたい」ことを書くのではなく
記者が「伝えたい」ことを書く

自社商品の「広告」をするのではなく
記者が伝えたい「情報」を提供する

掲載されるプレスリリースの条件

- S (Surprise) 希少性・意外性・独自性
- N (News) 時代性・季節性
- S (Social) 社会性・公共性

- S (Story) 物語性・人間性
- M (Merit) 実利性
- L (Local) 地域性

ネタの見つけ方(必ずネタはある)

- 経営者・技術者・名物社員
- 特許・技術・研究・受賞
- 協力会社・ネットワーク
- 機械・工場・原材料
- 経営・人事・行事
- 社会貢献
- 高業績

ネタの創り方(無ければ創る)

- **新商品・新サービス・新事業**
- **キャンペーン・イベント・展示会**
- **募集もの(ネーミング、キャッチフレーズ)**
- **コンクール・コンテスト**
- **表彰式**
- **行政をからめる**
- **読者プレゼント**

ネタの創り方2(無ければ創る)

- **ギネスに挑戦**
- **記念日**
- **アンケート調査**
- **ランキング**
- **記念事業・アニバーサリー**
- **工場見学会・講演会**
- **ボランティア活動**