

コラム-メディアPRのコツ

その3.

～BtoBで一般的には認知されにくい製品の場合～



BtoBなので、なかなか一般的には認知度を高められない。しかし信用度を高めたいのと製品サービスの素晴らしさをもっと多くの方々に知ってもらいたい。

というご要望は良くあります。

特にそういう企業は、マスメディアの掲載実績が信用につながると考えているケースが多いです。

そこで、PRの出番です。

一般的にはBtoBのPRは難しいと言われていますが、実はそんなに変わりません。とにかく、どのようなケースにおいても鍵となるのが「ネタ」の良し悪しです。

ではどうするか。基本的にはその2で紹介した化粧品のケースと同じです。

「なぜその製品を作ったのかや製造の過程でのエピソードなど根掘り葉掘り、話をとことん聞く」ことで、他とは異なるユニークなお話が見えてきます。上手く引き出すのもPRの腕の見せ所になります。

アプローチポイントが決まったら、その分野に相応しいメディアを開拓して声をかけて行きます。メディア側には担当者がほぼわかれているケースが多いです。

あとは、代表者の露出を増やすことも大切になってきます。

新聞やWEBは特にそうですが、「人物」を紹介する連載が多いです。それら担当記者に直接声をかけ、情報提供をすることでインタビューを獲得していきます。

弊社でもビジネス系は良く扱いますが、ユニークな社長の場合はインタビューが入りやすいです。とはいえ、誰が見てもユニークな社長である必要はありません。PRの力で陰に隠れていたユニークな点を見出して際立たせてアピールして行きます。そうすることで、多くの取材を獲得し、営業のツールとしてメディア掲載実績を活用していただいている弊社のクライアントもあります。