

# B2B 企業・製造業が有名経済番組に3ヶ月以内に出るための広報戦略

《開催要領》 ※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

日時▶ 2019年10月15日(火) 13:00~17:00

会場▶ 企業研究会セミナールーム(東京:麹町)

《開催にあたって》

「コンビニや飲食チェーンのように一般消費者に馴染みのある商品ではないから『ガイアの夜明け』や『ワールドビジネスサテライト』などの有名経済番組に出るのは極めて難しい…。最初から、そう諦めていないでしょうか。専門的な製品を扱っている B2B 企業や製造業は、決して不利ではありません。それどころか、“あるポイント”さえ押さえれば、B2C 企業よりも格段に有利になります。本セミナーでは、テレビ東京経済部で IT・製造業担当のキャップとして、「ガイアの夜明け」や「ワールドビジネスサテライト」を制作してきた講師が、B2B・製造業が有名経済番組にすぐに出られるようになる、番組制作経験者しかわからない広報戦略構築法をお伝えします。

講師 PR コンサルタント 下矢一良 氏

早稲田大学大学院理工学研究科で、物理学を専攻。大学院時代は科学技術庁無機材質研究所の外来研究員を兼務。大学院修了後、テレビ東京に入社。「ワールドビジネスサテライト」「ガイアの夜明け」のディレクター(経済部・IT製造業担当キャップ)を約10年にわたって務める。ディレクターとして、300社以上のIT業界や製造業の企業を取材する。テレビ東京退職後、ソフトバンクに転職。孫社長直轄のメディア事業を立ち上げる。新規事業立ち上げの際には孫社長の情報発信術を間近で学ぶ。新規事業立ち上げの功績で、1年にひと組しか選ばれない「ソフトバンク・アワード」を受賞。現在は独立し、PRコンサルタントとして日々奔走中。新刊「タダで、何度も、テレビに出る! 小さな会社のPR戦略」(同文館出版)。

《申込方法》 当会ホームページ (https://www.bri.or.jp) からお申し込み下さい。

企業研究会Q 検索

■受講料: 1名(税込・資料代含) ※申込書をFAXでご送信いただく際は、ご使用のFAX機の使用法(0発信の有無など)をご確認の上、FAX番号をお間違えないようご注意ください。

正会員 35,200円(本体価格 32,000円) 一般 38,500円(本体価格 35,000円)

191644-0101(※) B2B 企業・製造業が有名経済番組に3ヶ月以内に出るための広報戦略			
ふりがな 会社名			
住所			
TEL	FAX		
ふりがな ご氏名	所 役	属 職	
E-mail			

※申込書にご記入頂いた個人情報は、本研究会に関する確認・連絡および当会主催事業のご案内をお送りする際に利用させていただきます。

■申込・参加要領 : 当会ホームページからお申込みください。FAX、または下記担当宛E-mailからもお申込み頂けます。後日(開催日1週間~10日前までに)受講票・請求書をお送り致します。

※よくあるご質問(FAQ)は当会HPにてご確認いただけます。([TOP]→[公開セミナー]→[よくあるご質問])  
※お申し込み後のキャンセルはお受け致しかねますので、ご都合が悪くなった場合、代理出席をお願いします。

■お申込・お問合わせ先: 企業研究会 セミナー事業グループ 担当/民秋 E-mail:tamiaki@bri.or.jp  
TEL: 03-5215-3514 FAX: 03-5215-0951 〒102-0083 東京都千代田区麹町5-7-2 MFPR 麹町ビル2F

## ・プログラム・

### 1. B2B 企業や製造業が、B2C 企業よりも有利である理由

- (1) 広報戦略を成功させる企業に共通の条件
- (2) B2B 企業や製造業が有利だと断言できる理由
- (3) ソフトバンクで学んだ、広報戦略の仕掛け方

### 2. テレビ取材獲得の原理原則

- (1) 番組制作者が考える「ニュースとは何か」
- (2) 「画になるものしか取材しない」は本当か
- (3) 「記者との人間関係」の使い方
- (4) メディアから見た、PR会社の真実
- (5) 大企業の広報部だから陥る敗因
- (6) あえて「まな板の鯉」に徹すべき理由
- (7) メディアが広報担当者に期待するもの

### 3. B2B 企業・製造業のためのテレビ取材を獲得する設計図

- (1) テレビが飛びつく企業の法則
- (2) 「カリスマ経営者」に学ぶ、広報戦略の構築法
- (3) テレビに採用される情報ルートをつくり方
- (4) 情報伝達の2正面作戦
- (5) 「製品の何を伝え、何を伝えないか」の取捨選択方法
- (6) 製品サービスが生まれた背景に光を当てる
- (7) 大企業であることの不利を有利に変えさせる転換法
- (8) 記者発表や展示会を取材につなげる技術

### 4. B2B 企業・製造業のための、プレスリリースのつくり方

- (1) 技術者がプレスリリースを書くとき失敗しやすい理由
- (2) プレスリリースの「さじ加減」
- (3) プレスリリースに書くべき“量”の基準
- (4) 実践: テレビが飛びつくプレスリリースをつくる

### 5. 歴史的な追い風をつかまえる

- (1) 「歴史的追い風」が吹いている理由
- (2) 「広報の失敗」を避けるための大原則
- (3) 3ヶ月以内にテレビ取材を獲得するために

※講師とご同業の方のご参加はお断りする場合がございます。  
※最少催行人数に満たない場合、開催中止とさせて頂く場合がございます。

裏面もご覧下さい! 一枚のパンフレットで  
2種類のセミナーをご案内しております。