

スタートアップの広報PR

- 1、大企業とスタートアップの違い**
- 2、プレスリリース一斉配信のワナ**
- 3、スタートアップの広報PR必勝法**

広報PR（マスコミ広報）

とは何か？

マスコミを使って**無料で**、
商品サービスを宣伝する。

大企業

スタートアップ

大企業

「守り」 = 危機管理。取材を断る。

スタートアップ

「攻め」 = 多くの報道を獲得する。

広報活動とは マスコミとの心理戦 である

マスコミの大好物

マスコミの大好物

特ダネ・スクープ

独自取材

マスコミにとって

「一斉配信されたプレスリリース」とは？

マスコミにとって

「一斉配信されたプレスリリース」とは？

= 特ダネ・スクープではない

マスコミにとって

「一斉配信されたプレスリリース」とは？

= 特ダネ・スクープではない

= 情報価値が低い

マスコミにとって

「一斉配信されたプレスリリース」とは？

= 特ダネ・スクープではない

= 情報価値が低い

= 取材する必要がない

マスコミにとって

「一斉配信されたプレスリリース」とは？

= 特ダネ・スクープではない

= 情報価値が低い

= 取材する必要がない

= ゴミ

プレスリリースを一斉配信する？

プレスリリースを一律斉配信する？

**固定観念に囚われるな。
常識を疑え！**

スタートアップの 広報PR必勝法

ゼロからマスコミ人脈を 短期間に作るには？

過去の報道分析が超重要！

**あなたの会社のニュースに
興味を持つ記者・編集者を探し出し
ピンポイントで情報を伝える。**

END