

～激動を勝ち抜く、実践的『広報力』を身に付ける～

『広報担当者のための企業広報実務コース』

プログラム内容

1. そもそも広報とは何か

—お客様の視点から本質を理解する

＜広報担当の5つの誤解とは＞

- (1)人はなぜ化粧し、身だしなみを整えるのか？
- (2)人は小さい時から自分広報の達人
- (3)自分が最も良く知る「商品」 **自己紹介実践演習**
- (4)広報の本質とは？ 自分と会社を一致させよ
- (5)記事と広告は次元が異なる

2. 企業とメディアの関係を理解し、全方位広報を考えよう

- (1)メディアもメーカー。広報は戦いだ
- (2)企業とメディアは“協力”も“対立”もする
- (3)メディアは企業の代理店。報せる武器
- (4)広報は全方位で考えよう。全てがメディア

3. ニュースがなくては話にならない

—何がニュースなのか、どう集めるか

- (1)ニュース素材32のキーワード
- (2)いかにニュースネタにするか？ 社内のネタ元は？
- (3)それからやるべきこと—探したら三つに分けよ
- (4)U S P (特長)・UDP (差異別点)とは何か
- (5)自社 (商品) のUSP・UDPを探せ **実践演習**

4. 記事の出し方を理解しないと戦略広報はできない

- (1)記事の出し方は三つプラスα
- (2)一斉発表の方法。なぜ発表するのか？
- (3)記者クラブの役割とその利用法を理解しよう
- (4)取材要請の方法と取材申込みの受け方
- (5)メ切時間と記者の動向。夜討ち朝駆けとは？

5. ニュースリリースとQ & A

- (1)ニュースリリースの本質と作成のコツ

- (2)ニュースリリースサンプルから改善点を学ぶ

- (3)Q & Aの本質と作成のコツ **Qの出し方実践演習**

- (4)「質問予測力」を高めコメント力を磨け

6. 日々の基本業務の積み重ねが大切

- (1)広報担当の日々の業務とは？
- (2)記者はどんな人か…判って付き合おう
- (3)個別面談を増やせ 役者より演出家になれ
- (4)**新聞記事のプロの読み方実践指南 疑って読め**

7. 事故・不祥事！

—社運を左右する広報の危機管理

- (1)危機は管理できない — その事前対応とは
- (2)危機が起きたら「七つの直」がキーワード
- (3)最近の不祥事に学ぶマスコミ対応の心得
- (4)いつ発すべきか？ その判断を問う **グループ討議**

ショートスピーチ演習

8. 自社をいかにブランド化するか

- (1)ブランドとは何か **グループ討議**
- (2)ブランド化するには その秘訣
- (3)自社 (商品) ブランド向上に何をすべきか？

グループ討議

9. 日々研鑽して広報卓越者を目指せ

- (1)広報は経営だ。情報を司り、真人間を目指せ
- (2)なぜ有名になりイメージをあげる必要があるのか？ 広報の本質は喜びと誇りを与える事
- (3)広報効果測定 (見えない効果を大切に)
- (4)優れた広報担当者の心掛け6ヶ条
- (5)広報担当者が学べる10か条

ショートスピーチ演習

左記プログラムは都合により変更になる場合があります。あらかじめご了承ください。

講師プロフィール

山見インテグレーター(株) 代表取締役／広報・危機対応コンサルタント
九州大学特別講師、著述家

1968年九州大学経済学部卒業。神戸製鋼所入社、秘書室広報担当係長・課長・次長、広報部長、ベンチャー企業及びコンサルティング会社出向等を経て2002年に独立、現在に至る。自らの大小企業における豊かな体験と有力企業の広報担当者、有力メディア企業幹部との広範なネットワークを活かし常に先端情報を交えた実践的で明快な指導には定評がある。

＜主著＞「ニュースリリース大全集」「新聞・テレビ・雑誌・ウェブに取り上げられるPRネタの作り方」「広報・PRの基本」「広報PR・実務ハンドブック」「会社をマスコミに売り込む法」「広報の達人になる法」「絵解き広報活動のすべて」「山見式PR法」「だから嫌われる」「人に好かれる法」(編著)『「仕事が速い」と言われる人の3秒ルール』『企業不祥事・危機対応 広報完全マニュアル』『小さな会社の広報・PRの仕事ができる本』『勝ち組企業の広報・PR戦略』『情報社会における食品異物混入対策最前線』

山見 博康 (やまみ ひろやす) 氏

※出張研修も承っております。表面のお申込先までお問い合わせ下さい。