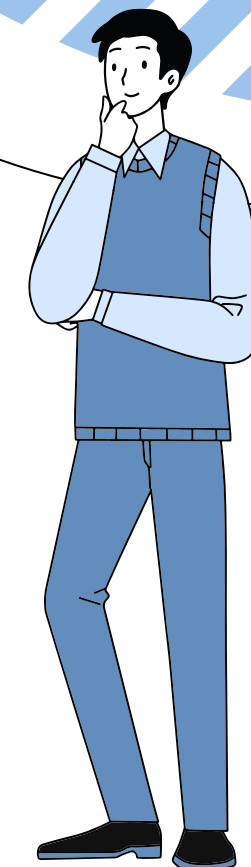
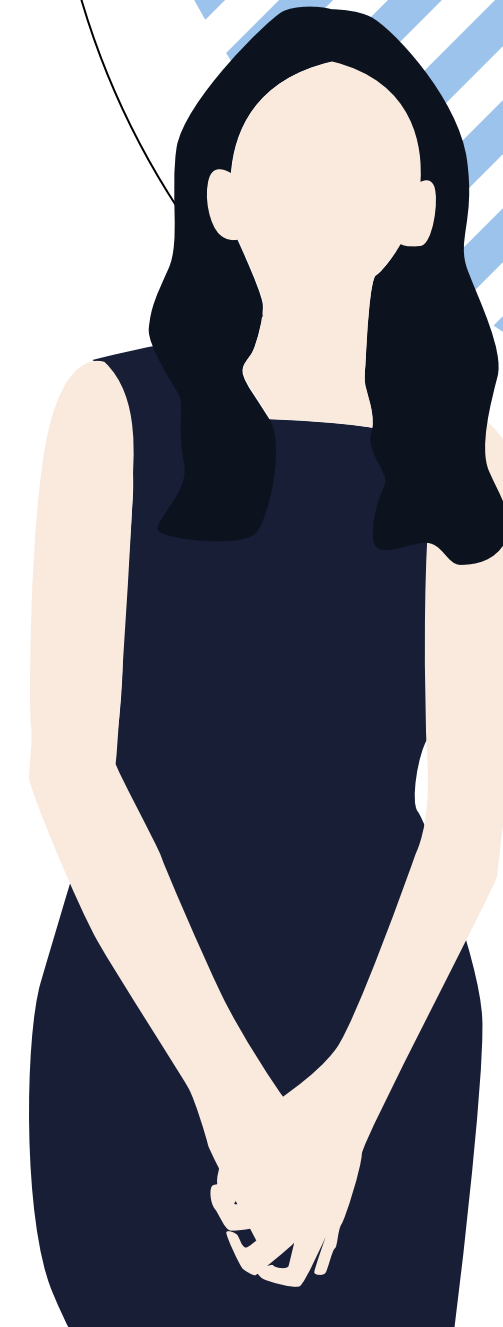
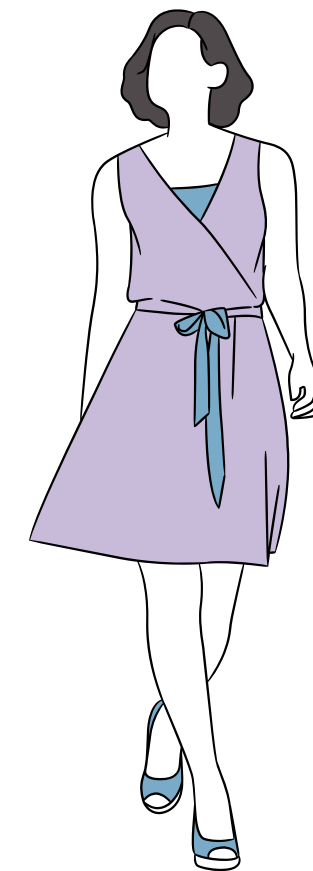


経営者のためPR戦略

**経営者が広報人材を
選定するための
10の項目**



広報活動の成功に欠かせない 3種の神器

広報活動を行うには、この「3つの要素」が不可欠です

メディアとの接点

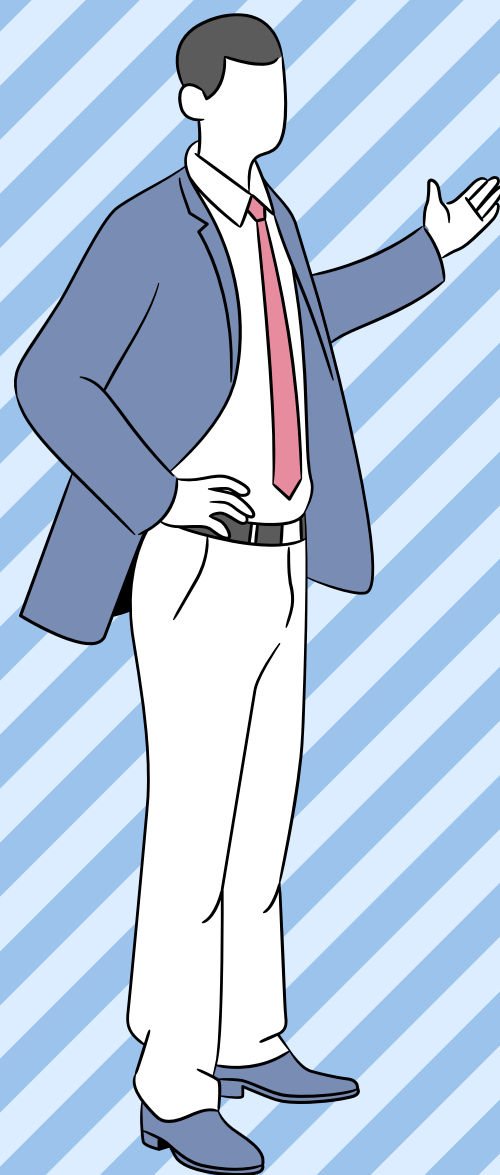
PRのノウハウ

ヒト

広報人材を選ぶときの 3つの選択肢

ヒト

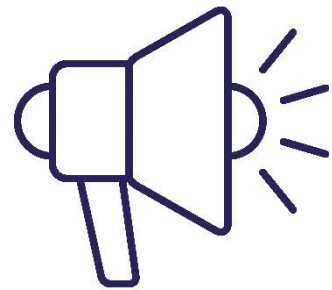
3種の神器の1つ「ヒト」の選定には、「3つの選択肢」があります



- ・ PR会社のプロへ外注する
- ・ 広報人材を新規採用する
- ・ 社員の中から適任者を選ぶ

外注や新規採用した場合の 実情は…

外注した場合、高額だが
メディアリスト・PRの
ノウハウは手に入らない



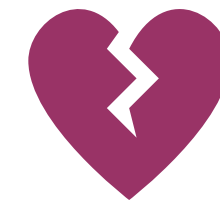
広報経験者は
市場に少ないため
なかなか見つからない



広報経験者は
大手から中小企業へ
転職したがない



大手の広報経験者は
未経験業務も多く
ミスマッチが生じやすい



**外注すると高額だがノウハウが自社に残らない
新規採用は困難で、ミスマッチのリスクも高い**

結論！最も適した広報人材の選定方法は…

社内から 1 名適任者を選ぶ！

最初は「兼務（50%/50%）」でよいので
社員の中から自社のことをよく知る人材を
広報担当者として 1 名明確に決める



**経営者が広報担当者を
社内から選ぶときのポイント**

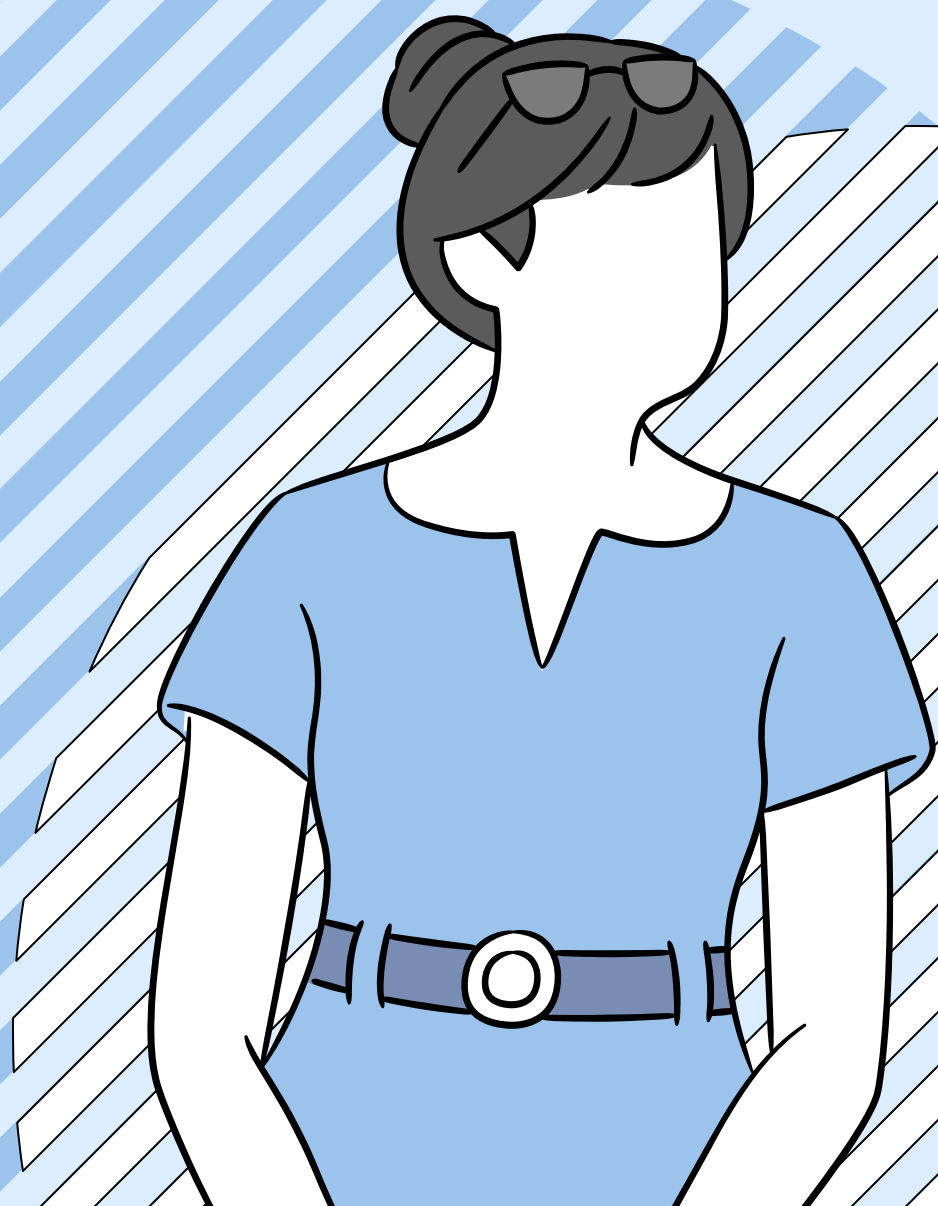
10項目

広報担当者とは 何をする人なのか

役割

メディアに対する 営業活動

誰よりも、経営者の考え、自社サービス、社内情報に詳しく、それらをメディアのニーズにあわせ、適切な手段・タイミングで提案できる能力が求められます



広報担当者のおもな業務

業務

- ・ **メディアに対するの営業活動**
- ・ **報道、社外、社内への対応**
- ・ **情報収集と情報発信**



ポイント
10

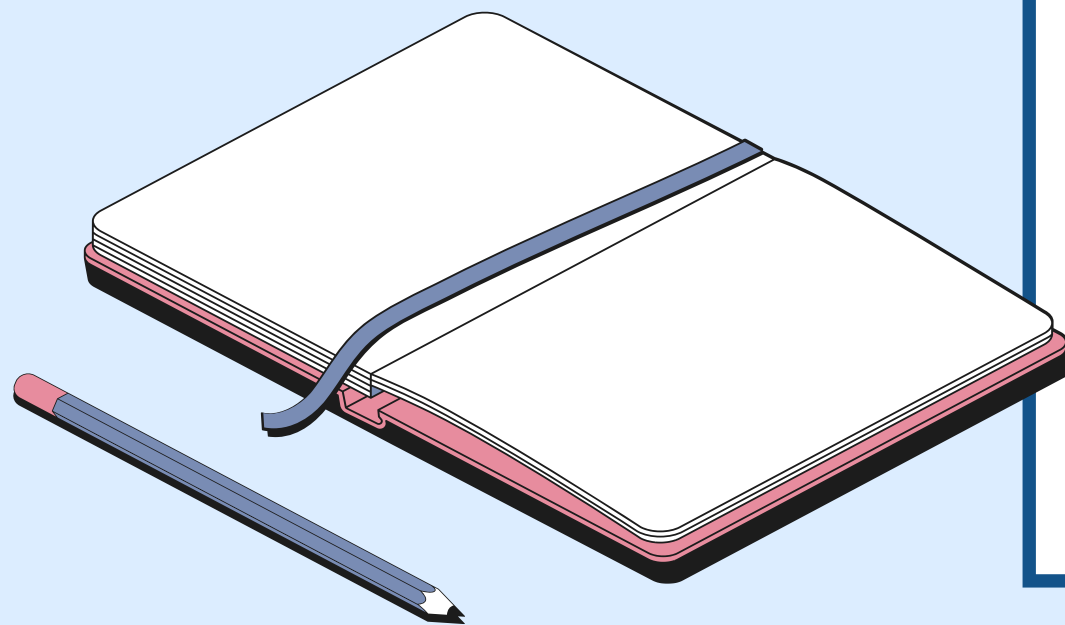
人柄

- 1 **愛社精神があり、人と話すことが好きで物怖じしない**
- 2 **チャレンジ精神があり、失敗を恐れず行動できる**
- 3 **既存にとらわれず、新たな視点で発想ができる**
- 4 **スケジュール管理・タスク管理がそつなくできる**
- 5 **経営陣や社員と円滑にコミュニケーションがとれる**

- 6 目標設定・効果検証が適切に行える
- 7 人の話の要点を理解し、聴きとる力がある
- 8 情報収集し、要点を体系的に整理できる
- 9 整理した情報を、わかりやすく文章にまとめられる
- 10 整理した情報を、わかりやすく相手に伝えられる

まとめ

- ・ 広報担当者は、社内から選任するのがベター
- ・ 広報は、メディアへの「営業活動」である
- ・ 広報に適した「人柄」「スキル」をもつ社員に兼務で任せることからスタートするとよい



いまいる社員に兼務で広報を任せ
成功した企業の事例を個別に紹介！

無料相談はこちら



お問い合わせ



03-5411-6700



inside@netamoto.co.jp



ネットモト