

# 6、取材前の仕込・取材後のフォロー

# この講義のゴール

せっかく取材され、掲載・放映されたにも関わらず  
その果実を、その恩恵を、活かさなければ悔しいですね。

PRの成果を「**最大化**」するためには  
準備と用意を周到に行っておく必要があります。

また、一度に数万、数十万の人たちに  
知ってもらうのですから、

しっかりと「**リスト**」にして  
後々まで続く収益に繋げたい。



# メディアに出る前の準備

## ◆資料の用意

商品、企画、サービスの内容をまとめた資料を用意することで、正しく取材を受けることができる。実際の掲載や放映は**メディアが切り取りたい側面**重視。

## ◆WEBサイト待ち受け

リリースの内容を、ホームページの他、SNSやブログ、ユーチューブなどにアップしておく。取材者は必ずネットで「**裏付け**」を確認します。

## ◆サンプルの用意

## ◆電話対応マニュアル

## ◆取材対応マニュアル



# リリース原稿を作成する



# メディアに出た後の用意

◆お礼状

◆取材や放映掲載の発信

(著作権に気を付けて二次利用  
= 営業ツール・WEBサイト掲載)

◆バックエンド商品販売

◆放映されたという掲載を入れて再度ニュースリリース



# 最も重要なこと = 売上アップのために

メディアに取り上げられることで、世の中に「善き影響」を与えることが重要。

しかしながら、商売人としてはやはり売上が欲しい。

**最も重要なことは  
リストビルディング**

直接の問合せや購入に至る分はもちろん最大化するよう対応。

そして、そのとき買わない方を含めてLINEやメルマガへの誘導が欠かせない。



# リード・マグネット

今すぐ買ってくださるお客様より、  
いずれ買うお客様の方が数が多い。

その方々にはLINEかメルマガに登録  
していただき、継続して関係づくりを。

登録特典などの「リード・マグネット」  
を用意しよう。（**価値あるものを**）

- ・ ケーキ屋なら焼き菓子交換券
- ・ 通販なら購入時おまけクーポン
- ・ 飲食店ならビール1杯無料
- ・ 物販なら特選カタログ集
- ・ お役立ち小冊子PDFや動画



取材が増えてくると、それがいろいろな意味で財産になる  
取材を活かしてファンを増やそう

---

広報とは「幸豊」である

