

【広報・PRセミナーのご案内】

**外からは分かりづらいPR会社。その実態に迫る！
PR会社を上手に選び、活用する方法**

12月3日(火)13:30~17:15 (受付開始 13:00~)

広報活動は企業価値の向上、コーポレートブランド構築に必須の経営戦略上不可欠なものとして、一層、重要性を増しています。メディアの構造が大きく変化し、広報活動の領域も拡大し、しかも、それぞれが専門化、高度化する中、PR会社への注目が集まっています。

しかし、その一方で、「PR会社と契約してみたが思ったような成果が得られなかった」というケースも多くございます。(PR総研調べ『PR・広報業務に関する実態調査』)。実際に、ひとくちにPR会社といっても総合PR会社、専門・ブティック型、TVやWEBなどメディアに特化したタイプなど、その業務内容や提供するサービスも多様であり、得意分野(強い業種、強い広報サービス、強いメディア)も大きく異なります。そのため、PR会社を活用した成果を上げるには、PR会社の正しい選び方、上手な活用法が必要です。

本セミナーはインハウスと広報コンサルタント(PRエージェンシー)双方の立場で豊富な経験を持ち、長い間、PR会社と付き合い、活用のコツを熟知した2人の専門家がそのノウハウを伝授します。加えて、PR総研の主任研究員(アドバイザー)が広報担当者を対象とした『PR・広報業務に関する実態調査』のデータを分析して、企業のPR会社活用実態とその課題・問題点を報告します。

【開催概要】

【第1部】『PR会社を上手に選び、活用する方法』(60分)

パターン別PR会社の特長/選び方のチェックポイント/PR会社との取引の基本知識/活用ポイント/具体的な活用事例
<講師> 井上 岳久[井上戦略コンサルティング事務所代表/事業創造大学客員教授]

【第2部】『企業のPR会社活用実態と課題~PR・広報業務に関する実態調査から~』(40分)

<講師> 呉 慶和[PR総研主任研究員/工学院大学大学院システムデザイン専攻講師]

【第3部】『PR会社を上手に選び、活用するには(PR会社の実態を知る!)』(100分)

<パネルディスカッション> 井上 岳久/呉 慶和/伊東 雄一郎

■日時 **2013年12月3日(火)午後1時30分~午後5時15分 [受付:午後1時から]**

■対象者 広報・マーケティング部門の責任者・担当者

■会場 共同ピーアール株式会社 4階 研修室
中央区銀座7-2-22 同和ビル TEL.03-3571-5159

■定員 30名

■受講料 2万円(消費税、レジュメ、資料代含む)

■申込み 受講申込書に記入の上、FAX(03-3571-5183)へお願いします。

※請求書が必要な方は受講申込書に記入してください。

■締切り **12月2日(月)まで** ※申し込み順、定員になり次第締切りとさせていただきます。

PR総研(共同ピーアール株式会社内) 高木・土生(はぶ)

TEL. 03-3571-5159 FAX. 03-3571-5183

http://www.kyodo-pr.co.jp/ Email. ipr@kyodo-pr.co.jp

【FAX to 03-3571-5183】

『PR総研セミナー ―PR会社を上手に選び、活用する方法―』

貴社名		電話	
御住所	〒 -	FAX	
		Eメール	
御名前		御所属 (役職名)	
請求書	要() 不要()	請求書 宛先	

会場
地図



■講師・パネラー

井上 岳久[井上戦略コンサルティング事務所代表。事業創造大学客員教授]

PR戦略コンサルタントとして企業のPR会社選定、活用アドバイザーとして豊富な経験をもつ。ニュースリリース指導・研修の第一人者でもある。慶應義塾大学経済学部、法政大学法学部卒業。商社などの勤務後、横濱カレーミュージアム・プロデューサーを経て現職に至る。主な著書に、『マスコミがおもわず取り上げたくなる PR マル秘戦略』(インデックス・コミュニケーションズ)、『無料で一億人に知らせる門外不出の PR 戦術』(明日香出版)、『人生を変えるプレゼン術』(朝日新書)などがある。中小企業診断士、農林水産省・6次産業プランナー及びボランティアプランナー、経済産業省・ネットワークアドバイザー(2011~12年)、全国商工団体の経営指導員。埼玉県加須市観光大使。

呉 慶和[PR総研主任研究員/工学院大学大学院システムデザイン専攻講師]

東京理科大学理学部応用化学科卒。理想科学工業、日本カラーデザイン研究所、トータルメディア開発研究所、日本アプライドリサーチ研究所 経営・マーケティング開発室 取締役主幹研究員を経て現在、株式会社ドウリサーチ研究所 主幹研究員、工学院大学大学院 システムデザイン専攻講師。専門分野は「調査」「ブランド開発」「ブランドメッセージ開発」「ブランドVI開発」。著書に『再入門 利益が上がる「市場調査」のやり方』。マーケティングサイエンス学会、オペレーションリサーチ学会、各会員

伊東 雄一郎[(株)QVC ジャパン コーポレートコミュニケーション&ストラテジー シニアディレクター]

1962年生まれ。小学生から中学生までをアメリカで過ごす。大学卒業後、株式会社プラップジャパンに入社。クライスラー、デルコンピュータ、フェデックスなどの外資系を担当。クライアントのコミュニケーション戦略立案、実行から危機管理まで幅広い分野を担当する。在籍中の最後の数年間は同社の経営企画部門で新規クライアントの開拓とメディアトレーニングのトレーナーを担当。その後、日本ミシュラン及びBMW ジャパンの広報責任者としてステークホルダーコミュニケーションを中心とした企業広報を担当。2010年7月より現職。広報機能が存在しなかったQVCにおいて広報チームを立ち上げるとともに、トップのプレーンとして長期経営戦略の策定と実行を広報業務の傍ら担当。



「PR総研」

共同ピーアールが、2013年1月31日に創設した調査・研究機関。共同ピーアール取締役副社長の篠崎良一が所長を務め、社外の有識者と社内のスタッフで構成しています。広報・PR活動の価値向上を目的とした調査・研究の発表、セミナーやシンポジウムを実施して参ります。