

インダストリアル ニュース サービス:

企業間取引 (B2B) の製品と企業情報の効果的な提供者

プレスリリースは、お客様のメッセージを産業、及び商業界のデジジョンメーカーへ配信する、INSの主要な手段です。

プレスリリースは、その話題性がすべてを左右します。話題の範囲は広く、政治に関する政策決定から、著名人の正式発表まで様々です。

INSでは、プレスリリースを誰よりも早く率先し、配信します。その戦略的広報活動は、企業の製品、イノベーション、サービス、およびイベント情報など幅広く対応しています。特に、主力商品に関する速報、製品開発などの画期的ニュースをメインに出掛けています。新製品発表や認知度向上の際は、当社にお任せいただけます。

プレスリリースと広告

プレスリリースは、有料広告の補助的な役割である、と考えている人もいます。実質的な側面では、正当です。プレスリリースと広告は、両者共に与えられた題材にそって同時に展開し、掲載されていきます。しかし、双方のコミュニケーション性質は、根本的に異なります。

有料広告とは対照的に、プレスリリースが、希望通りに掲載されるという保障は

ありません。しかし、プレスリリースが掲載されれば、ビシビリティの質が、完全に別の次元として表れます。それが、信頼性に繋がります。主要業界関連誌で掲載されることは、専門的観点から容認され、敬意を受けたことを意味します。また、ビジネス界で企業プロフィールの認知度を高めるアピール効果もあります。

印刷・出版業界誌でのプレスリリースの意義

誰でも広告費さえ払えば、プロのメディアを活用することができます。しかし、名の知れた企業間取引 (B2B) の専門誌上でプレスリリースを取り上げられるには、特定専門分野の編集者に、その記事を話題にする価値がある、と判断されなければ始まりません。このセレクトィビティが、情報伝達される読者に、世界の違いを作るのです。

2006年12月に Ipsos Media によって行われた調査の引用です。

“インターネットの普及にも関わらず、ヨーロッパを中心とするトップビジネスのリーダーたちは、大きな収穫を得るため、ビジネス関連雑誌を読み続けています。”

(EBRS 調査は、1973年に Ipsos によって誕生し、2年ごとにヨーロッパ諸国で実施されています。)

当社が担当したキャンペーンを比較すると、電子版のキャンペーンよりも、雑誌や新聞で行われたキャンペーンの方が、10倍以上の効果があることがわかります。また、2007年6月にフィナンシャルタイムズ (Financial Times)、及び Doremus で行われた調査では、世界中のトップ経営者は、信頼できる情報源や詳しい分析を、オンラインよりも印刷雑誌から得る傾向にある、と指摘しています。この研究では、59%が、オンラインよりも印刷雑誌の情報源を信用すると回答。そして64%が、オンライン広告よりも、印刷雑誌に掲載されている広告を意識する、と述べています。研究で徹底的な分析を求める際は、60%の経営者が、印刷雑誌に目を向けることがわかりました。一方で、発表等に対する回答を求める際は、73%のトップ経営者は、“印刷されたメディアでは、時代遅れだ”、という異なる意見をあげています。

文章とその品質

上記のタイトルは、INS が作成する優れたプレスリリース記事そのものを表現しています。INS のプレスリリースは、広報担当者、及び営業担当者が独自に好む言葉で書き上げることはしません。このような文章は、特に理由がない限り、掲載さ

れる機会を得ることさえできないからです。プレスリリースは、常にジャーナリストック、及びプロフェッショナルな価値を持つことが不可欠です。

INS のプロ意識は、それぞれの産業分野で活躍する信頼あるライターを厳選することで保障されています。そして、対象関連誌のオリジナル言語でプレスリリースが掲載される形式のまま、高い専門知識を有する技術翻訳者が、その仕事を引継ぎます。それ以外のオプションは考慮に入れません。

キャンペーンの実現

上記で述べた当社の根本方針を具体的に応用実践したものが、INS のチームメンバーを加えることで始まります。

そのキャンペーン対象製品またはサービスについて様々な専門的知識を持ち合わせた当社スタッフメンバーが、クライアント企業のプロフィール、及び運用方針について学んでいきます。対象製品に関する文章を書くライターだけが、すべての業務を担うものではありません。キャンペーンの成功は、専門的観点によるメディア選択によって決まります。原則として関連誌候補は、特定分野の業界専門誌です。

当社のメディア部門は、4万件以上の大規模なメディアデータベースを所有しています。初期段階では、まずサブジェクトコードで対象テーマを絞りだし、続い

て、そのコードを元に当社のメディアチームが、関連性確立のため、該当する専門誌を検討していきます。

INS のすべてのキャンペーンは、オーダーメイドソリューション

オーダーメイドソリューションの原理は、プレスキャンペーンの計画から実行過程のすべての段階に適用されます。クライアント企業が提供する情報を元に、ライター、及びメディア部門が協力し情報交換。また、追加で補助情報を加えるため、クライアントとの意見交換も頻繁に行います。

その後、同意と修正を入れるため、案として準備された文章、翻訳、国別メディアリストなどのすべての項目を、クライアントに提出。また、対象国の担当者や関係者との事前コンサルティングセッションに入ります。

ディストリビューション

最後の工程が、ディストリビューションです。基本ルールとして、すべてのプレス資料が郵送で提出されるように、INS のチームは、肌理細やかなプロセスを怠りません。当社は、ニュース資料が編集部担当者に届かないなどのリスクを、最小限に抑えます。

例えば、Eメールの迷惑メール自動ブロック機能など無意識な判断によって、プレ

スリリースを廃棄してしまうことがあります。過剰に起こるEメールフローにより、関連メールを無視したり、さらに削除してしまうことも起こりえます。昔ながらの郵送物流システムを使用することは、編集者が当社のプレスリリースを確実に受け取り、目を通すことを可能にします。一方で、編集者がプレスリリースの掲載を決定し、文章と画像をダウンロードしたい時には、Eメールによるコミュニケーション方法を活用します。

価格

キャンペーンの価格は、そのキャンペーンの規模、掲載対象とする国や関連誌数によって設定されます。

詳細については、www.ins.fi をご覧ください。