

”1%の著者”のための

『PR7つの秘密』

PS (Public Stage) の法則で
あなたもパブリックなステージへ

PR 法則 1

「30秒でYES！」の法則

「今、そんなことが起きているんですね」

「それ、面白いですね！　じゃあ、詳しくその話、聞かせてください！」

これは、ある新聞の記者の方が発した言葉です。

実は、この方にお電話をしました。はじめてのことです。

もちろん、取材をしてもらうためです。

でも、通常、いきなり取材の依頼を引き出すのはカンタンではありません。

ところが、初電話の最初の「30秒」の会話で、その新聞記者さんから、冒頭の言葉を引き出すことになったのです。

メディアの方とお話するチャンスがあったら、まずは30秒で何を話すのか。

それが鍵になってきます。この鍵（30秒でYES！の法則）を使うところから

メディアで取材される扉が開いていきます。さあ、パブリックステージへ。

その扉を、最初の30秒から開けていきましょう！

PR 法則 2

しかく
「視覚のチカラ」の法則

メディアへのラブレターであるプレスリリースを書く際、とてもとても重要なポイントが2つあります。PS法則2では、そのうちの1つをお伝えしますね。今でも覚えている、ご連絡いただいたメディア（NHK総合）の方の言葉があります。

「あの画像は、インパクトがありました」

そう、プレスリリースのとてもとても重要なポイントの一つは「画像」です。もちろん、業種によっては、写真でインパクトを与えるのはカンタンではないかもしれませんが。

文字だけでなく、画像の力をつかって、あなたの商品やサービスの圧倒的な魅力や長所を雄弁に語れないか、ぜひ考えてみてください。

プレスリリースに「視覚のチカラ」。ぜひ意識してくださいね。

PR 法則 3

「その雑談の中に宝あり」の法則

メディアとのアポイントが取れても、残念ながら、すべてが記事や番組に出られるわけではありません…。

アポイントはあくまでも、やっと土俵に立てたという状態です。

実際、アポイントがとれ、メディアの方々とお会いするものの、記事掲載や番組出演まで到達しないことがありました。

雑談できるチャンスがあったら、それはもとても貴重な時間です。

そこから、メディアの方の今の関心ごとをさりげなく収集します。

実際、あるお客さまは、雑誌社の方との雑談からネタが生まれ、初めて大手メディアに掲載が決まったことがありました。

その方が、おっしゃったことがとても印象的でした。

「自分にとっては当たり前すぎて、わざわざ話すのも恥ずかしいと思っていたことが、

あんなに反応がいいなんて、とても驚きました。

それまでは「当たり前ではつまらない」だろうと、奇をてらった話をしようとしていたかもしれません。

「当たり前」は人によって違います。メディアが何を求めているのか、雑談をしながら宝探しをしてみてくださいね。

PR 法則 4 「ナナメ36度」の法則

取材していただいた、いい感じに終わった、記者さんも記事にしてくれるようなことを口頭でおっしゃった。でも、なかなか記事にならない…。こんなことも、たまに起こります。とはいえ、メディアの方は、とてもお忙しいので、ただ「せっつく」とうるさがられるのも事実。約束しているわけじゃないので、督促される筋合いもないわけですから。

そこで大事なのが、「ナナメ36度の法則」です。

イメージは、直球ではなく変化球でいこうということ。相手が興味持ちそうな企画を、前のものとは少し変化を持たせて、再度、具体的に提案するということです。

すると、その提案が気に入っていただけたり、ヒントになったりして、急に話が進む場合があります。そうそう、ここでとっておきの言葉のプレゼントをします。PRしていると、「しつこいって嫌われるかなあ」と思ってしまうことがあります。そんな時、私自身が自分に投げかける言葉をご紹介しますね。

「誠実に、ズーズーしく」。
誠実に、ズーズーしくいいモノやサービスを広げていきましょう！

PR 法則 5

「GOLDラッシュ連鎖」の法則

メディアの方は、何をチェックしているか？

メディアの方は、メディアをチェックしています。

お客さまが人気情報番組に出演が決まった時のこと。

なぜ声をかけてくださったのか、ストレートに質問をしました。すると、

「先日、〇〇〇に出ていらっしゃいましたよね。

あの番組を見て、ウチでも違う切り口でご紹介したいと思ったんです」

と、おっしゃっていただきました。メディアがメディアを連れてきてくださることは、よくあります。

どんな人なのかもチェックできますからね。メディアは連鎖するのです。

「GOLDラッシュ」は少々大げさですが、「これはいい！」と書いていただけると、次に繋がりやすく連鎖がおこるわけですね。だからこそ、一つ一つがとても大切になってきます。

連鎖が起こるためにも、そのきっかけであるプレスリリースを大事にしていきましょう。

PR 法則 6

「著者DAKARA」の法則

著者である、またはこれから著者になろうとしているあなたには、絶対に覚えておいてほしい法則です。

「メディアに出演が決まった！」となったら、うれしいですね。ただね、出るだけで終わってはモッタイナイんです。

どういうことか？

著者である以上、あなたの著書が一人でも多くの方に手に取ってもらいたいと思います。DAKARA、ちょっとだけ踏み込んでほしいのです。

それは、書影（本の表紙の画像）をご紹介していただけないかお願いをすること。これがとーっても大事！ プロフィールなどでタイトルだけでもいいと思います。

とはいえ、番組や誌面上の都合上できない場合は、粘らないでサラッと対応してくださいね。著者DAKARA、お願いだけはされるといいと思いますよ！ あなたの大切な本がすこしでも広がるために。

PR 法則 7

「第7のメディア=SNS」の法則

「GOLDラッシュ連鎖の法則」で、メディアの方はメディアをチェックしているをご紹介しました。当然、それだけではありません。メディアの方もSNSをチェックします。取材候補に挙がった会社や人をまずはネット上でリサーチしますから、SNSなどの発信で信用に値するか確認するわけです。

ですから、専門性を惜しみなく、発信してください。時には、YouTubeを部分的にテレビ番組内で使うこともありました。

「Twitterは必ずチェックする」とも言われています。

あれも、これもと手を出す必要はないですが、ブログを含め、2～3以上は発信するといひようです。自分が出たいメディアはフォローをして、何を求めているのかもこまめにチェックすることもオススメ。

『著者のためのPR7つの秘密』いかがでしたか？
ぜひ実践されて、あなたもパブリックなステージへの扉を開いていきましょう！