

Next PR STANDARD

**日本で一番わかりやすい！
5分でわかる
【実践】ウェブ PR マニュアル**

次世代PRのスタンダードをつくる！
一般社団法人PRコンサルタント協会



<目次>

| | |
|------------------------|----|
| 5分でわかる！要点チェック | 2P |
| 【1】ウェブPR 3つの特徴 | 3P |
| 【2】ウェブメディアの流通構造を理解する | 4P |
| 【3】ウェブメディアで記事にならない理由 | 7P |
| 【4】ウェブメディアに記事掲載する3つの方法 | 8P |

■5分でわかる！ウェブ PR で成功する要点チェック

【1】ウェブPR3つの特長

- ①拡散力が高い
- ②情報発信が速い
- ③情報量が多い

【2】ウェブメディア記事の3種類

- ①編集記事
- ②転載記事
- ③キュレーション記事

【3】ニュースサイトの3パターン

- ①独自の編集記事のみで構成
- ②独自記事+転載記事のハイブリッド構成
- ③転載記事(キュレーション記事)のみで構成

【4】最も重視するウェブメディア

⇒独自の編集記事を書いているメディア

【5】ウェブメディアに記事を掲載してもらう方法

- ①ニュースリリースのバリューアップ
- ②記者と個人的な知り合いになる(個人のメルアドにリリース配信)
- ③コラムを狙う

※詳細な内容は以下を御覧ください。

【1】 ウェブPR3つの特長とは？

ウェブPRは、企業の商品やサービスの情報を、ウェブメディアにニュースとして取り上げてもらうPR手法です。

ウェブメディアにはお金を払って記事を掲載するタイアップもあり、こちらは一種の広告になります。

現在、国内には 2000 以上ものウェブメディアがあり、ターゲットが明確になっているものも多いです。

そのため、自社の商品やサービスの顧客層と合うメディアに記事を掲載すると、効果的に情報を届けることが可能です。

その他、ウェブPRの特徴としては、

①拡散力の高さ

②情報発信の速さ

③情報量の豊富さ

などが挙げられます。

①の拡散力については、コンテンツの内容によってはウェブメディアの記事がSNSなどで拡散され、短時間で情報が一気に広がります。

②の情報発信の速さは、数ヶ月前から企画を進める雑誌や、新聞などに比べても記事の編集公開の速さはダントツです。

③の情報量については、ウェブの特性である情報掲載に制限がない点や、画像や動画などを自由に載せられることなどが上げられます。

【2】 ウェブメディアのニュースの流通構造を理解する

ウェブ上のニュースの流通構造は、日々変化しており、ウェブニュースの仕組みをきちんと理解している広報宣伝担当者は意外に少ないのではないのでしょうか。

ウェブ PR を成功させるには、まずこのニュースの流通の仕組みをきちんと理解しておく必要があります。

まず押さえておきたいのは、ウェブメディア上の記事の3つの種類です。

①編集記事

②転載記事

③キュレーション記事

①の編集記事は、各メディアの編集者やライター等が独自に書いた記事のことです。

②の転載記事は、①の編集記事をその名の通りメディアに転載した記事です。

③のキュレーション記事と言うのは、①の編集記事を参照した記事のことで、記事全文を読むためには編集記事の掲載サイトに飛ぶ必要があります。

さらに、ニュースサイトの運営方法は複雑化しており、現在は主に3つのパターンが主流になっています。

①独自の編集記事のみで構成

⇒新聞社や専門系ニュースサイトなど

②独自の編集記事+転載記事(ハイブリット型)

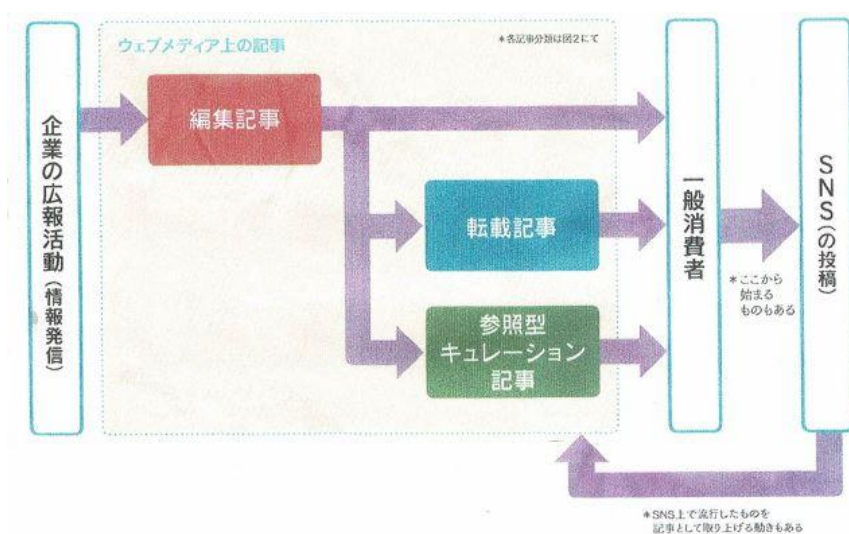
⇒東洋経済オンライン、LINE ニュースなど

③転載記事(キュレーション記事)のみで構成

⇒Yahoo!ニュースなどのポータルニュースサイト、グノシーなど

まずは、ウェブメディアの記事とニュースサイトのパターンをそれぞれ押さえた上で、企業からの情報が一般の消費者へ届くまでの流れを見ていきます。

大きな流れとしては、下記のようになり、独自の編集記事が大元になっていることがわかります。



※ソーシャルワイヤー監修記事

つまり、多くのメディアに自社の記事を掲載して情報を届けるには、独自の編集記事を書いているメディアを最優先させることがポイントであることがわかります。

ただし、掲載の数や広告換算費ばかりにこだわるのではなく、目的を明確にした上で、自社のターゲットに合ったメディアへの記事掲載を目指す事は、ウェブメディアに限らず全てのPR活動の基本です。

掲載後のモニターを分析すれば、掲載内容の質や情報流通のパターンを把握することができ、戦略的な広報PR活動へのフィードバックが可能になります。

また、ウェブメディアの記事がSNSで拡散したり、SNS上で話題になったものがウェブメディアで取り上げられることもあります。

さらに、フォロワー数の多いインフルエンサーによる投稿は、ときにはメディア以上の影響力を持つこともあります。

ウェブメディアに情報を掲載し、話題化をはかりたい場合は、ウェブ上でのニュースの流通構造をよく理解した上で、まずは独自の編集記事を掲載している1次メディアを狙いましょう。

【3】 ウェブメディアにリリースを送ってもなかなか記事にならない理由とは？

ウェブメディアのアプローチについては、ニュースリリースの配信や個別プロモートなど、基本的に新聞や雑誌等のメディアと同様です。

ただし、ウェブメディア独特の特長や攻略法があります。

まずウェブメディアが新聞、雑誌やテレビなど他のマスメディアと異なる大きな特徴の1つとして、

「編集部の担当が非常に少ない」

ということですが。

そのため、1人の記者が1日に書く記事の本数も多く、取材等の時間も限られます。

記者が関心をもったニュースリリースにも、電話取材だけで記事を書くこともままあるようです。

このように多忙なウェブメディアの記者には、直接面談して情報提供を行うキャラバンなどのアポも取りにくいわけです。

その結果、

「ウェブメディアにニュースリリースを送ってもなかなか記事にならない」

「編集部の担当者とのアポが取れない」

ということになるわけです。

こういった、ウェブメディアの編集や組織体制を理解した上で、広報担当者はウェブメディアにうまく記事を掲載してもらう方法を考えなくてはなりません。

【4】 ウェブメディアに記事を掲載してもらう3つの方法

では、どうしたら自社の商品やサービスの記事をウェブメディアに掲載してもらうことができるのか？

まず、ウェブメディアに記事を掲載してもらう効果的な方法としては、以下があります。

①リリースのニュースバリューを高める

②記者と個人的に知り合いになる

③コラムを狙う

①のニュースバリューを高めることは、ウェブメディアに限ったことではありません。

ニュース価値を高める要素も基本的には同じです。

ただし、ウェブメディアの場合、

● ネットですでに話題になっているものに関連した内容

● ビジュアルで伝わりやすいようなシンプルなもの

● 面白さやB級感があるもの

などは特に有効です。

あとは、インパクトのあるタイトルやメール配信の工夫(送り方や件名等)も必要になります。

②は、記者や編集者を紹介してもらったり、SNSでアプローチする、イベントなどで名刺交換をするなど、個人的な関係を作ることです。

これで、記者や編集者の個人のメールアドレスに直接リリースを送ることができるようになれば、内容にもよりますが、かなり掲載確率は上がるはずです。

③のコラムは、ウェブメディアによって外部の専門家等の提供記事を掲載するコーナーがあります。

このようなコーナーのコラムや連載、寄稿などに提案をして自ら記事を書くことです。

うまく提案が通れば、多忙な記者や編集者が記事を書くこともなく記事が掲載できるので、双方にとってメリットが生まれます。

あとはこれもよく言われることですが、一度広告を出すと編集部への対応もかなり良くなり、記事などの掲載も通りやすくなるようです。

どうしても掲載を狙いたいウェブメディアには、一度広告を出して編集長などとのつながりを作ることでも一法かもしれません。

以上、ウェブメディアの特長やウェブPRの攻略法をお伝えしてきました。

やはりウェブPRは、その情報拡散とスピード速さは魅力的だと思います。

お伝えしたノウハウを参考に、御社でもぜひウェブメディアにアプローチしてみたいかでしょうか？

最後までご覧いただきましてありがとうございました。

御社でもウェブ PR に取り組んでみたいという意欲が湧いてきたでしょうか？

スマホ時代の到来で、ウェブメディアや SNS から情報を収集する傾向がますます高まっています。

信頼できるメディアからニュースとして御社の情報が発信され、ネットで拡散されれば、商品やサービス、キャンペーンなどヘスピーディーに顧客からの反応が表れます。

お伝えしたノウハウを活用して、まずは狙いたいウェブメディアにいくつか照準を合わせてアプローチしてみたいかがでしょうか？

また、一般社団法人 PR コンサルタント協会 (PRCA) では、ウェブ PR に関する最新の情報収集とノウハウの蓄積をはかっています。

ウェブ PR についてのご相談やその他、広報・PR についてのお悩みなどをお持ちの広報・宣伝担当者の方は、いつでもお気軽に PRCA のコンサルタントにご相談いただければと思います。

一般社団法人 PR コンサルタント協会 (PRCA)
運営会社 バンブークリエイティヴ株式会社
東京都港区南青山 2-2-8 DF ビル 5F
TEL: 03-6894-7596 Email: info@bcpr.jp