



広報会議 5月号(4月1日売り)

広報担当者必見

～今日から使える、魅力の情報収集術活用～

アンテナ高く世の中をとらえ、活躍している広報担当者は、情報を効率的にまとめ加工する術を求めています。凄腕の広報担当者がどのように情報を活用しているかを特集していきます。

1. 高い広告効果を生むことができます。
 - 情報感度の高い広報担当者に向け、効果的に貴社サービスをアピールできます。
2. 情報収集術の特集に登場することで、有効な情報収集サービスとしてのブランディング効果があります。
3. 広報担当者は情報拡散する力も強いいため、誌面だけではない情報の拡散が見込めます
4. 長期間の効果が見込めます。
 - 「広報会議」は平均で3年保存されるため、一度読んで捨てられてしまうことはありません。

想定広告主：文房具メーカー、リリース配信会社、クリッピング会社、名刺管理システム会社など

特集内容(仮) ～今日から使える、魅惑の情報収集術活用～

- ・広報担当者が、世の中の情報をとらえるために日々行っていること
- ・メディアに紹介されるために、どのように社会情勢や潮流を自社情報と合わせているか
- ・自社で行っている情報を収集・活用するシステム
- ・情報収集・活用できる人VS情報収集活用ができない人
- ・etc



特別協賛枠

上記はイメージです。

特別プラン 4C1Pタイアップ 80万円(税別) **4C1P純広告** 60万円(税別)

特集

情報があつまる広報部になる！

情報集約の仕組み

情報を過不足無く社外に発信するためには、社内情報を十分に集める必要があるが、意外にもそこに陥みを抱えている広報担当者も多い。今回の特集では、情報が集まる広報になるための解説について多くの広報担当者の話からまとめた。

© 2014 日本経済新聞社

社外に発信する情報は、社内情報から集める必要がある。しかし、社内情報には、社員の個人情報が含まれる可能性がある。そのため、社内情報を集める際には、社員の個人情報を適切に管理し、漏洩を防ぐ必要がある。また、社内情報は、社員のモチベーションや社内の雰囲気にも影響を与える。そのため、社内情報を集める際には、社員のモチベーションや社内の雰囲気を高める必要がある。



2014 広報部 集

このページは、情報集約の仕組みに関する記事の続きです。社内情報を集めるための具体的な方法や、社員のモチベーションを高めるための工夫について詳しく解説されています。

今日から使える 魅惑の 情報収集術活用

何をもっと活用できるか、そこから必要要素を組み立てる

メディアを集めた、話題を呼んだ PR イベント徹底解剖

「人に話したくなる」急増中の SNS 拡散型イベント

特別協賛枠

情報が集まる人の 日々の心がけ & 取り組みとは

情報不足に悩んでいる人注目！

積極的に自分から情報発信

イベント企画で、社員同士をつなげる

その分かれ目を徹底比較！ 情報が集まる広報担当者 VS 情報が集まらない広報担当者

午前

午後

情報が集まる広報担当者 VS 情報が集まらない広報担当者

午前

午後

特別プラン 4C1Pタイアップ 80万円(税別) 4C1P純広告 60万円(税別) 上記はイメージです。