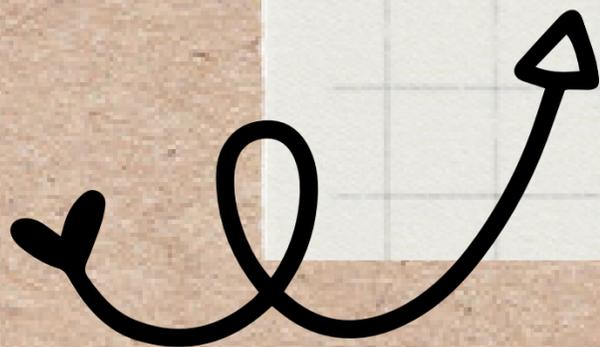
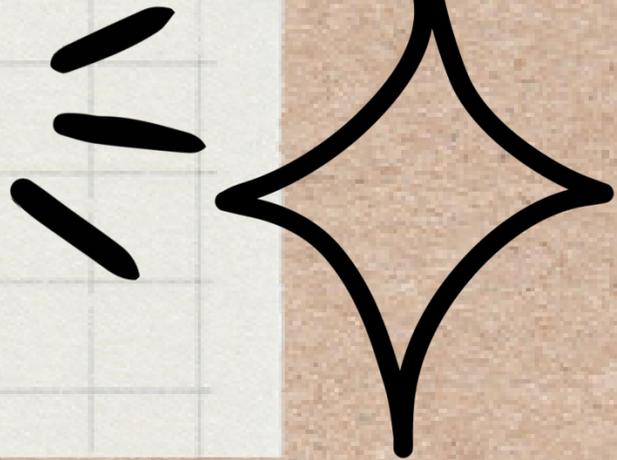




YOGA
BUSINESS -6

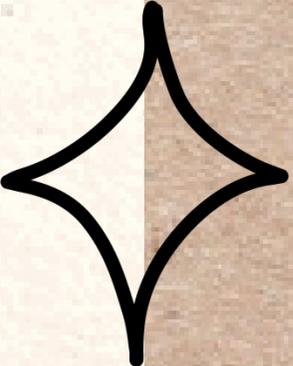


Presented by Shoko Kapalili Hawaii





Today's Curriculums

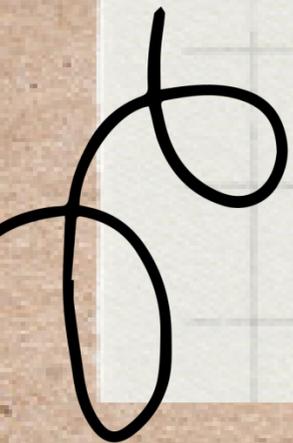
- 1、マーケティングPRについて
 - 2、あなたのPRのゴールは？ 何のためにやる？
 - 3、あなたの顧客の欲望スイッチは？
 - 4、ビジュアル化の大切さ
 - 5、昭和も令和も変わらない最大のメディアとは？
 - 6、SNS種類別の特徴 & 利用の違い方法
- 



PUBLIC RELATIONS

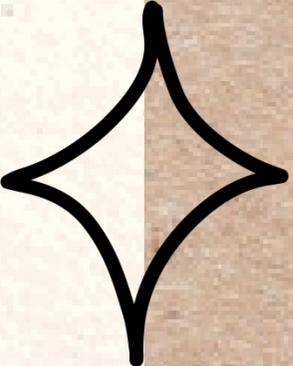


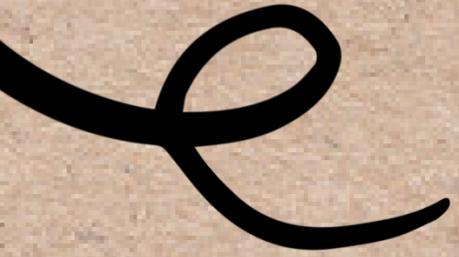
マーケティングPRとは？ 顧客に向けた商品のPR
コーポレートPRとは？ 株主や人材に向けた会社のPR
誰に届けたいかPRの方法は違う。





PRの為にできること

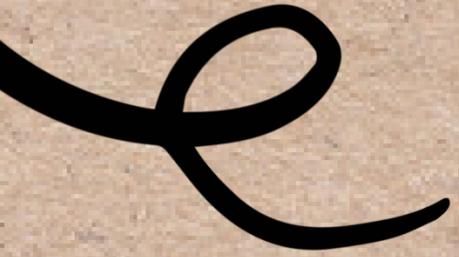
1. フライヤーを作る
 2. SNSで発信する
 3. ニュールレター、プレスリリースを届ける
 4. 顧客にレビューを書いてもらい発信してもらう
 5. ウェブメディア *or YouTube* に取り上げてもらう
 6. 雑誌に取り上げてもらう
 7. テレビに取り上げてもらう
- 



What is your GOAL?

何の目的の為にPRをするのか？





What is your GOAL?

何の目的の為にPRをするのか？

顧客に自身の商品やサービスの良さを知って
もらい最終的に購入していただくため。

利益獲得



収益を上げる＝ありがとうの数

Business

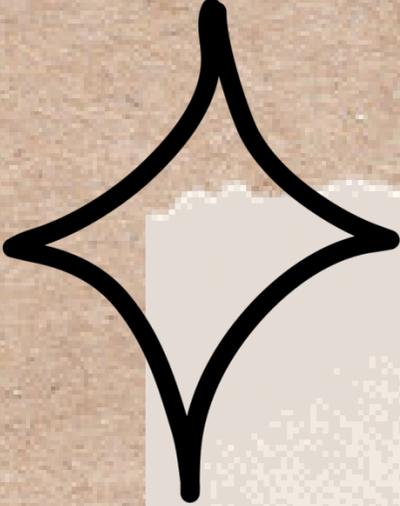
最初の授業でもお話ししましたが、ビジネスを行う目的は、社会貢献を行い、収益を上げ続ける為。自己の満足や充実、成長の為だけに行うのではない。

Money

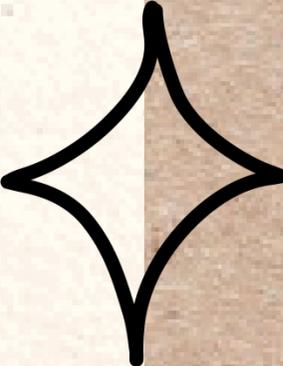
自分本位ではなく他人本位でビジネスを進めた先にありがとうを獲得できることを忘れてはいけない。その数＝収益となる。*Business*＝ありがとうが集まる仕組み作り。

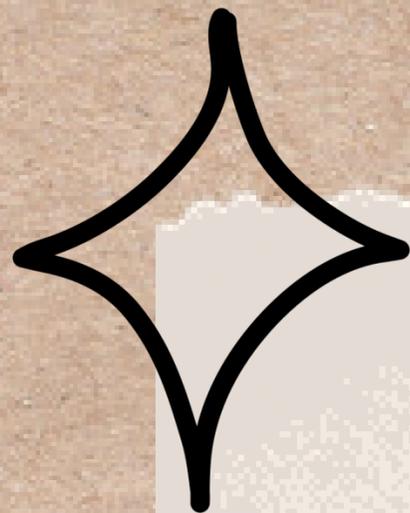
Remind

- どれだけたくさんの人々を喜ばすことができるか?
- 人々にとってあなたにお金を払う価値は何?
- 競争優位を持っているか?
- 長期潮流はあるか?



PRのポイント

1. シンプルに!
 2. ズバッと断定する!
 3. ★ビジュアル化させる!
 4. *POD*の内容か?
 5. 巻き込むことができるか?
- 

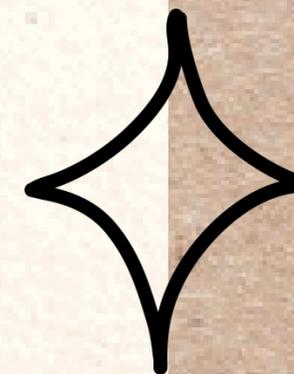


3、★ビジュアル化の大切さ

究極は、そのPR内容を耳にしたときに
顧客が自分の人生にそのプロダクトやサービスを
インストールした後のAfterが
ハッキリとビジュアル化できているか？



購入に繋がる

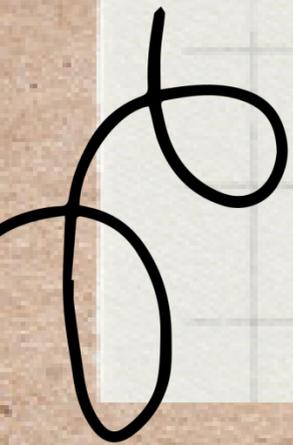




QUESTION #1

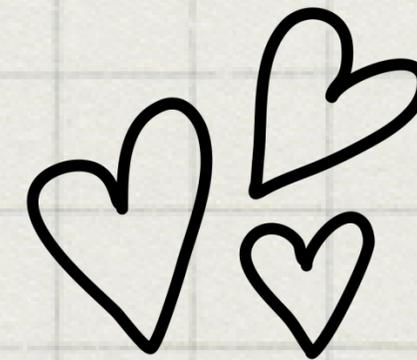


昭和も令和も変わらない最大のメディアとは？





QUESTION #1

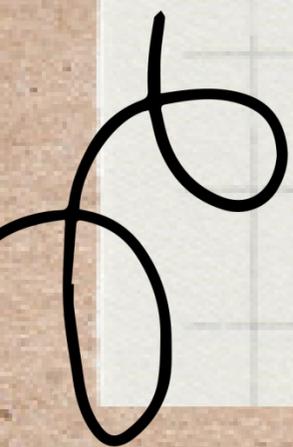


昭和も令和も変わらない最大のメディアとは？



口コシである！

巻き込むことができるかのポイント



PR内容チェック

C, 社会、時流、トレンド



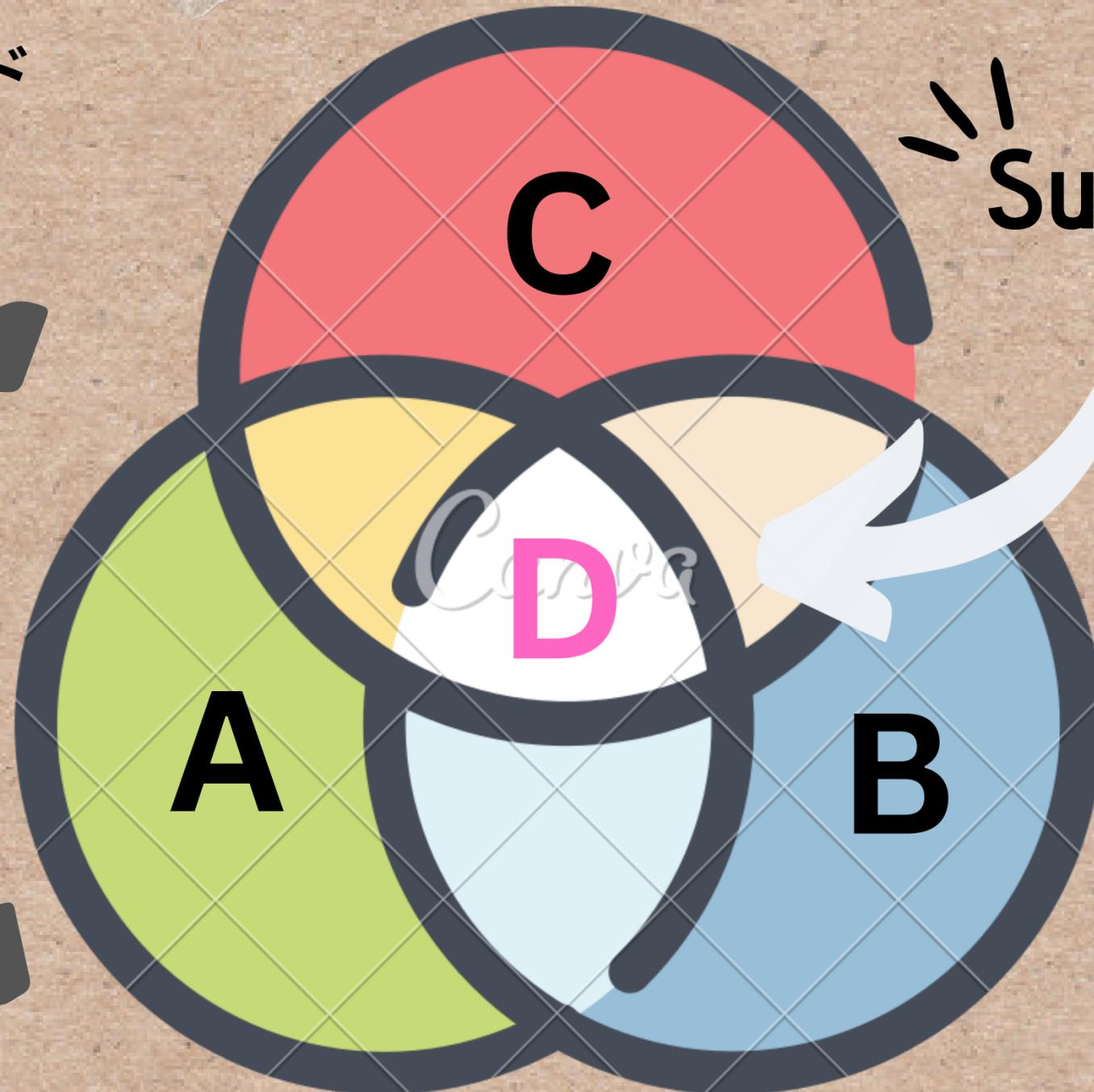
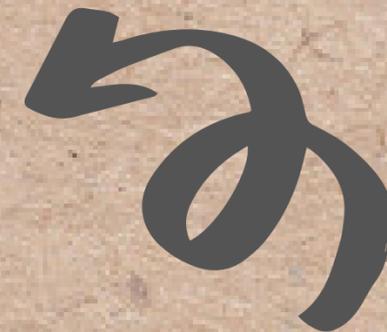
Success!!

D, PR内容

A, ターゲット顧客のツボ
POD

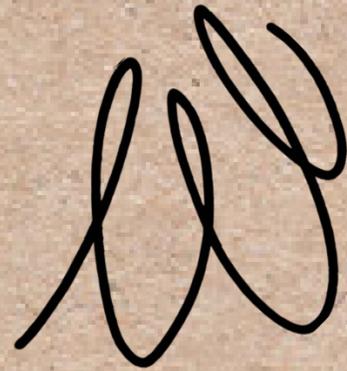


B, Market 市場基準
POP





PAUBLIC RELATIONS



4. Magasine

- *Hawaii Style*
- ファッション雑誌のハワイ特集

2. Influenser

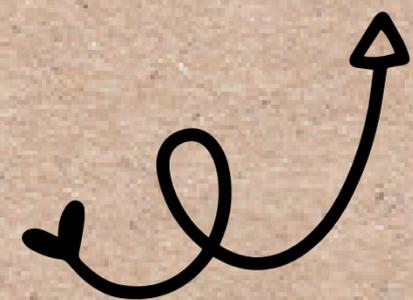
3. Web Media & YouTube

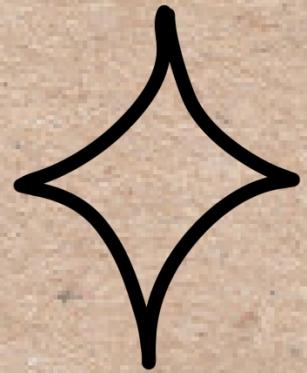
5. TV

1. SNS

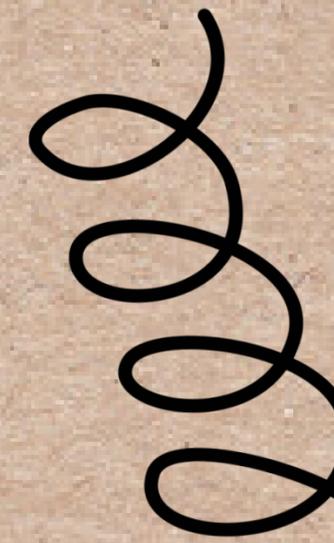
- *Instagram*
- *TickTock*
- *Twitter*
- *Facebook*
- *Blog*
- *note*

- 王様のブランチ
- ポップアップ
- *Made in Hawaii TV*
- モヤサマ

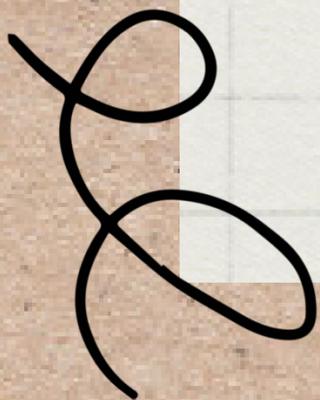


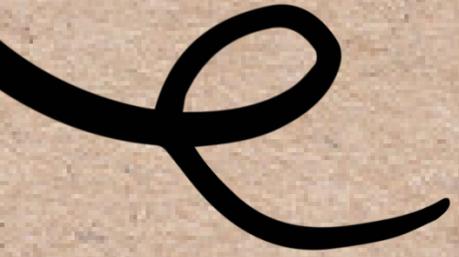


COUSTOMER JAERNY



その PR内容を顧客は何
で見つけ、どのように
周りを巻き込んでいく
のか? さらにどんな場
面でその PR内容をリマ
インドされるとアクシ
ョンにつながるのかを
自身の体験をもとに想
像してみましょう!





Quotes #2

そのPRの内容が、顧客の買いたいと思えるツボをしっかりと抑えているか？ 自分のための有意な情報だとキャッチしてくれて、アクションにつながっているか？



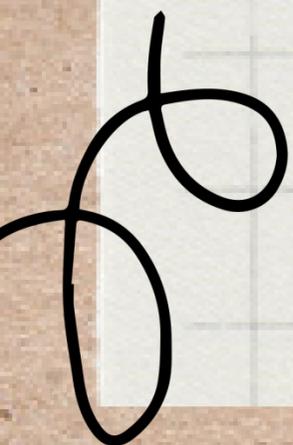


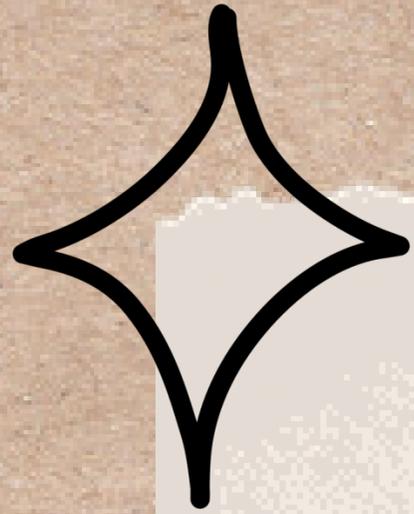
MISSION #1



実際に使用するPR素材を作成しよう!

そのPRの内容が、顧客の買いたいと思えるツボをしっかりと抑えているか？ あなたの顧客の欲望スイッチは？ 自分のための有意な情報だとキャッチしてくれて、アクションにつながるか？





SNS種類別の特徴 & 利用の違い方法



- **Instagra**
- **TikTok**
- **YouTub**e
- **BLOG**
- **NOTE**

