



PRESS
OFFICE
BRIDGE

コラム-メディアPRのコツ

その2.

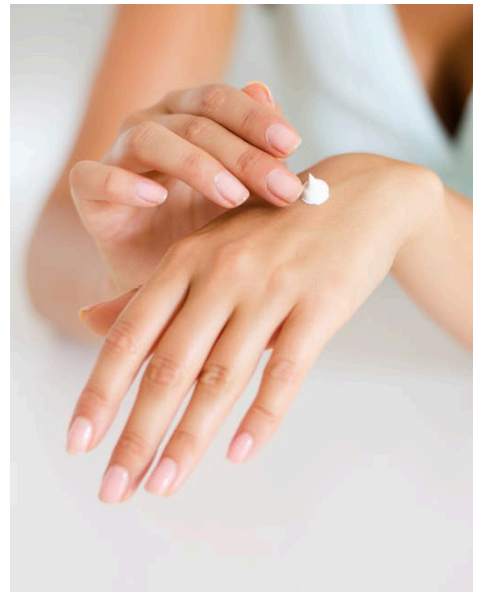
基礎化粧品の場合

ある女性誌では
「うちはデパートの化粧品売り場に入っている
ブランドしか掲載出来ません」

と言われることもあります・・・

そうではないメディアも沢山あります。

すごく良い成分を使っていて使い心地も良い、
良い製品だ。というのは当たり前のこと。
本当に良い化粧品というのは世の中に溢れています。
ではどうするか。



「なぜその化粧品を作ったのかや製造の過程でのエピソードなど根掘り葉掘り、
話をとことん聞く」

ことで、「メディア受けする面白いポイント」が出てくるはずです。
そこをクローズアップしてアピールします。

これは経験なので何とも言えませんが、
自分が面白いと思ったことが人も面白いと思う可能性が高いので、
自分目線で感じ取るだけでも良いのです。

それでどうしてもポイントが見つけれなければ

- 製品は一般的でも、新しい使い方を提案する
- 医学的な監修者を立てて、その先生にお肌の手入れの仕方について定期的に情報発信してもらう

ことで、多くのメディア掲載を獲得した経緯が弊社にはあります。

また、化粧品については、特に女性誌や美容系女性誌については

季節によって必ず出てくる企画があります。

「UV対策」「毛穴ケア」「乾燥対策」

など、その時の企画を狙った成分をその時に応じてピックアップして
情報発信する方法もあります。

あとは・・・

とにかく美容担当編集者や美容ライターさんとのパイプをたくさん作ることが大切ですね。
とにかくお一人ずつ地道に、ご連絡をしてみることです！
信頼関係が出来れば、ネタも聞いてもらいやすくなります。