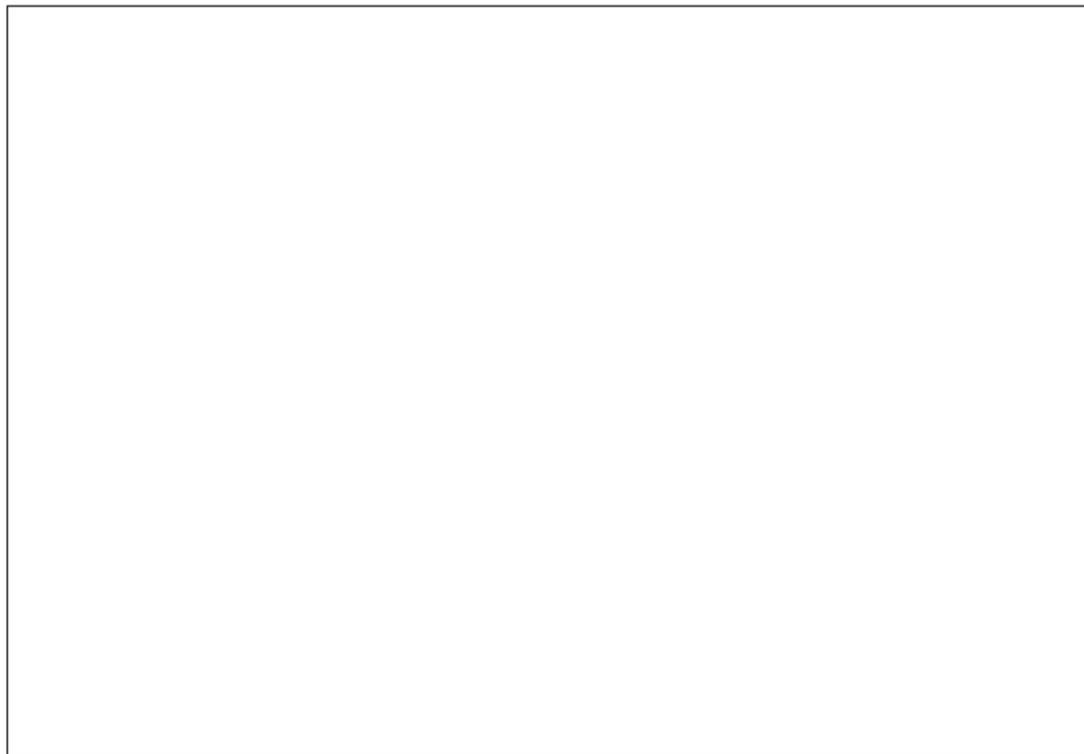


マスコミから取材がくる ニュースリリースの書き方 【ワークテキスト】

一般社団法人日本パーソナルコーディネーター協会
井上 史珠佳

ニュースリリースのネタ



ニュースリリースの基本形

【リード(前文)】

When いつ ()

Who 誰が ()

What 何をした ()

【本文1】リードの事実を膨らませながら+以下の項目

Why なぜ ()

Where どこで ()

How much いくらで ()

【本文2】本文1をさらに脚色付け

How どのように ()

•By whom 誰によって()

記者、編集者に選ばれるコツ10か条

- ①「モノ」「サービス」だけでなく「 」「 」がブランドになる。
- ②時代の「 」「 」を前面に出す。
- ③FAX 封書で！
- ④「 」を添付。カラービジュアルで目に留ませる。
- ⑤忙しい記者に代わって「 」してあげる気持ちで。
- ⑥「 」は取り上げられやすい。
- ⑦載りたいメディアにいる「 」を利用する。
- ⑧それでも載らなければ・・・「 」という手段。

キャッチコピー

リード

本文1

本文2

代表者プロフィール

お問い合わせ先
