

ゼロ円販促(第7回)

唯一無二のストーリーが絶対に欠かせない

2022.07.01



連載第6回では、顧客は「変化」を求めていると指摘し、それを理解したうえで実績をPRするようお勧めしました。今回は、効果的に実績をPRするために、絶対に欠かせないものを紹介します。

PRに絶対欠かせないもの。それはストーリーです。

これまでにPRで伝えるべき点を3つ挙げました。

- 第1に、変化。
- 第2に、景色。
- 第3に、実績。

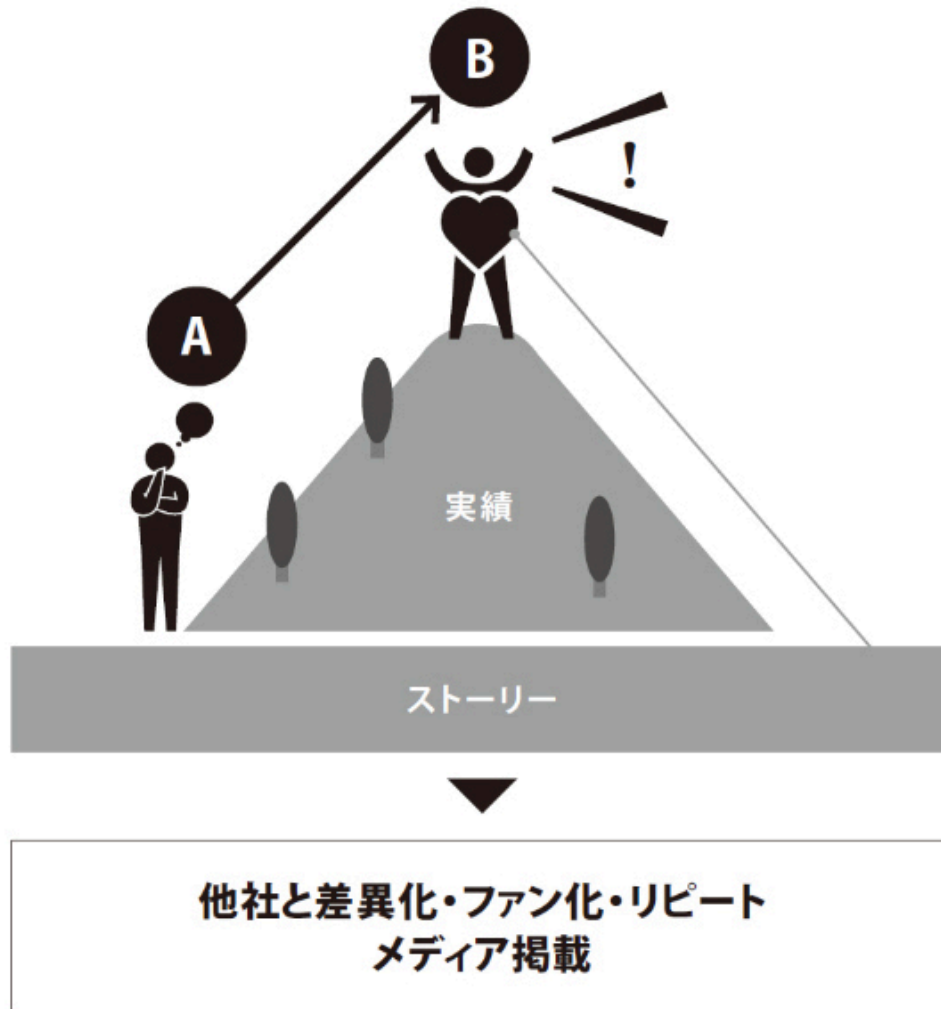
しかしこの3つは、実のところ競合他社も、似たようなものを提供できている可能性が高いのです。マットレスが安眠をもたらすのも、経営セミナーが増収をもたらすのも、トレーニングジムに通って痩せるのも、すごく珍しいことではありません。

それに対し、ストーリーというのは、あなたの会社にしかない、唯一無二のものなのです。しかし、ストーリーとは何だろう。そう思った方もいますよね。ストーリーとは……

- ・なぜその事業(商品やサービス)を始めたのか
- ・その事業に対する並々ならぬこだわり
- ・事業が成功する(軌道に乗る)までの苦勞
- ・成功した実績(顧客の反応など)
- ・今後の夢

といった、あなたの商品、サービスにまつわるさまざまなドラマなのです。商品そのものはまねできても、ストーリーはまねができません。そう考えれば、「ストーリーは唯一無二のPRポイント」という理由に納得していただけるかと思います。

●図1 ストーリーは「唯一無二」のPRポイント



ストーリーは多くの人々の共感を呼ぶものですし、特にメディア向けのPRでは強いフックになるものです。雑誌や新聞、テレビなどのメディアはストーリーが大好き。それは、ストーリーがあると記事や番組などのコンテンツが作りやすいからです。ストーリーがあれば、メディアで取り上げられる確率もグンと高まります。

ストーリーの中でも、特に共感を呼びやすいのが、「苦勞」のエピソードです。例えば、このペンを完成させるまでに5万個の試作品を作りました。5万個の失敗作がありました。あるいは、この製品を完成させるのには3年もかかりました。どの工場に行っても交渉しても、誰も製造を引き受けしてくれなかったけれど、最後にたった一人、協力してもいいという人が現れて、やっと実現したのです、など。

これらのエピソードを、当事者は「恥ずかしい」などとネガティブに捉えがちですが、そんなことはありません。何の苦勞もなく完成したペンではなく、5万個の失敗を経て完成したペンのほうが、商品の説得力は何倍も何十倍もアップします。消費者もメディアも、「だからこそこの会社は素晴らしい」「ぜひ応援しよう」という気持ちになるのです。ですから、苦勞話や失敗談をどんどんアピールしてください。

ストーリーに重要なのは「起伏」… 続きを読む