

PR イベントに向き合う時間をとってくださったあなたへ

PR イベントを初めて開催する方も、何度も経験している方も、

どなたにとっても、イベントの企画・運営は

時に難しく、時に大きなやりがいを感じるものです。

CRAZY CELEBRATION AGENCY から

8つの質問をギフトさせていただきます。

時間をかけて作ったイベントをより良い機会にするためには

イベントのスタート地点と、プロセスがとても大切だと考えています。

この質問に答える時間が、理想の景色に近づくプロセスになりますように。

**CRAZY
CELEBRATION
AGENCY**

8つの質問

1

PR イベントにおける意思決定者は誰ですか？また、承認にどれくらいの期間がかかりますか？

2

それぞれ（下記）の仕事を任せられる方はいますか？

①会場選定・渉外 ②コンテンツ考案・スケジュール作成 ③お客様連絡窓口 ④資料作成・物品手配 ⑤当日運営責任者 ⑥予算管理

3

過去のPR イベント事例などはありますか？また、踏襲すべきことはありますか？

4

商品 / サービスのどんなところをPR したいですか？

5

商品に関わるレギュレーションやロゴ、フォント、カラーなどの規定情報をできるだけ詳しく集めましょう。

6

ターゲットはどんな人ですか？また、どのような特徴がありますか？

7

想定したターゲットに喜んでもらえそうな体験を考えてみましょう。

8

本イベントのゴール（KPI）は何ですか？

質問の意図

1

スムーズなイベント制作進行において、意思決定者を明確にすることは重要です。多くの人が関わるイベントでは、多くの意見が出ます。後からどんでん返しを起こさないためにも、意思決定者を最初に決めておきましょう。また、意思決定にかかる期間を逆算しておくことも大切です。

2

イベントを一人で作りあげるのは至難の業です。どんなシンプルなイベントも一人で取り組まず、まずは仲間を集めましょう。幹事様の仕事は、様々な役割の人々を取りまとめることが望ましいです。仲間と迎えるイベント当日はきっとかけがえのない一日になるでしょう。

3

経験者に、過去の事例や注意点などをお伺いしておきましょう。最初に知っておくことで、正しく準備ができます。過去事例がない場合は、別のイベントでも構いません。

4

PR イベントの主役は商品です。素敵な商品には素敵なお客さまが集まります。商品の魅力を誰よりも語れるようにしましょう。

5

商品のイメージを左右するデザイン情報は最初に収集しておきましょう。

6

沢山の人に商品を買ってもらいたい願いから、ターゲット層を広く設定してしまうことがよくあります。しかし、ダイレクトな訴求のためには、深く狭く顧客の姿を想像することが必要です。一人目を考え抜いたら、同じ深度で二人目三人目の顧客像を設定してみましょう。

7

考えたことは、そのままコンテンツの種になります。体験を届けたい人の喜ぶ顔をできるだけ詳細に想像しながら、体験を設計してみましょう。

8

来てくれたゲストがどんな感想を持って、どんな行動をしていたら成功でしょうか？ゴール設定ができれば、問7で設計した体験から導けるかを検討してみましょう。