

1. 現役テレビプロデューサーが語るメディアに取材される方法



【プログラム】

- ① テレビの内側の人間が語る、テレビ業界とは？
- ② 現場からみたメディアに取材される方法
- ③ 本邦初 2次利用マーケティングモデルとは？

【講演概要】

チラシ、ネット広告、SNS…。様々な広告宣伝を打っても、思ったように集客できない。という声をよく聞きます。そんな方達におすすめしたいのがメディア取材をうけることです。

ではメディアから取材を受けられるようになるにはどのようにしたらよいのでしょうか。

本セミナーでは現役テレビプロデューサーである講師がメディアの立場からメディアに取材される方法を明かしていきます。さらに、取材価値を一過性で終わらせず、永続的に生かす技術、業界初「2次利用マーケティング」のノウハウも余すことなく披露。「一気に知名度を高め、ブランド価値を高める」究極の戦略を新たな販促方法に加えることができます。

【講師紹介】

大林 健太郎 (千葉テレビ放送株式会社 プロデューサー)

26歳のとき、番組のAD・ディレクター経験も全くないにもかかわらずカリスマ美容師ブームに乗じて、「おしゃれ美容バラエティPOP'n TV」を立ち上げる。

企業のニーズを直接番組に反映させる独自の番組モデルを構築し、28歳のときには、中小企業のみの新規扱い売上げで1億円越えを達成。その後、人気芸人ナイツ、初の冠番組「ナイツのHIT商品会議室」、レギュラー12本、震災大使サンドウィッチマンを司会とする「サンドウィッチマンクイズ THE PRICESHOW」を相次いでリリース(土曜21時ゴールデンタイム)。2016年8月には元DeNA監督「絶好調男」中畑清氏をキャスターに開局45周年特別番組、「中畑清の123絶好調」をスタート。

企業にはテレビで放送後の、いわゆる「2次利用」の重要性を強く啓蒙している。

番組出演企業はのべ900社(2次利用マーケティング)。また、全国各地で毎年30本程度のマーケティング講演も実施。2020年には初の書籍も刊行予定。

2. 動画活用仕事術 ～YouTubeをビジネスに活かす法～

【プログラム】

- ① 聞けば間違わない仕事に使うYouTubeの基本
- ② 2次利用効果を高めるYouTube活用法
- ③ 最短最速でYouTube活用するための運用テクニック



【講演概要】

YouTubeを基本に、WebサイトやSNSでビジネスに動画を活用するために知っておきたい知識を、Webでの動画の仕組み、撮り方、編集の仕方、ネタの出し方、運営方法にわけて説明いたします。

さらに「2次利用マーケティング」の効果を高めるYouTube活用法など、動画をビジネスに活用するために知っておかなくてはいけないことをコンパクトにまとめてお話しいたします。

【講師紹介】

木村博史 (クリエイティブディレクター、インプリメント株式会社 取締役社長)

損害保険会社勤務を経て2006年にインプリメント株式会社取締役社長に就任。金融・ビジネスに精通したクリエイティブディレクターとして金融機関や大手企業を中心にマーケティングサポートや映像の社内インフラ構築に携わる。2013年に『人を動かす言葉の仕組み』を上梓。以降『YouTube成功の実践法則53』、『伝わるプレゼン資料作成成功の実践法則50』など、作家としての活動をスタートする。

活動の幅は広く、作家、クリエイティブディレクターにとどまらず、企業での動画運用コンサルティング、講演、雑誌への寄稿など、ノウハウのアウトプットにも精力的に取り組んでいる。最新刊は『「作る」と「使う」の2つで変わる 動画で稼ぐ仕事術 Zoom、YouTube時代の新しい働き方』。