

「広告」「PR」だけでは 商品が売れない時代の「戦略PR」

～コロナ禍の今、何が生活者を動かしているのか～

講師 ● デザイン工学部企画構想学科 教授

片岡 英彦

2/24 [木] 17:30~19:00

会員対象 オンライン (Zoom) 開催 (要予約)

2/22(火) までに、後援会事務局へメールにて ①会員企業名
②職名・氏名 ③メールアドレスを送信してください。申込者
にはメールにて Zoom 接続時 URL 等の情報を通知いたします。



SNS、Webメディアの普及により、広告一辺倒の販促・マーケティング活動に見直しが迫られています。一方で、どんなにSNSを駆使しても、続くコロナ禍で「商品が飛ぶように売れた」という話を聞きません。マスメディアの文脈（物語）と社会性を理解した上で、デジタルコンテンツを使った、顧客コミュニケーションの再構築が求められています。



片岡 英彦 (かたおか・ひでひこ)

1970年、東京生まれ。戦略PRプロデューサー、株式会社東京片岡英彦事務所代表。
京大卒業後、日本テレビ入社。報道記者、宣伝プロデューサーを経て、Appleのコミュニケーションマネージャー、MTV ジャパン広報部長、日本マクドナルドマーケティングPR部長、mixi 広報・宣伝・プロモーション責任者を経て独立。

フランス・パリに本部を持つ国際NGO「世界の医療団」広報責任者、Adobeの学生向けSNS施策の立案やiPhone5s(au)戦略PRプロデューサーの他、東京都女性ベンチャー成長促進事業「APT Women」メンター、日本イタリア国交150周年記念イベント「イタリア・アモーレ・ミオ」PRアドバイザー、第33回全国都市緑化よこはまフェア エグゼクティブ戦略PRプロデューサーを務める。2015年4月より現職。

宮城県震災復興広報強化業務プロポーザル選定委員の他、現在は、厚生労働省新型コロナウイルス感染症に対するワクチンの摂取及びリスクコミュニケーション・広報プロジェクト企画競争評価委員等を務めている。