

# PROMOTION TOOL

宣伝媒体

宣伝媒体は以下のように“ PLANS” として、実施タイミングによって分けられます。

<b>P</b> aper	新聞、雑誌、タウン誌などの紙媒体
<b>L</b> ive	プレ・イベント、口コミ、ポスター、チラシなど実施現場での拡散
<b>A</b> ir	テレビ、ラジオなどの電波媒体
<b>N</b> et	WEB サイト
<b>S</b> ns	Twitter、Instagram、Youtube などでの SNS 広告による拡散

---

## 留意点

- P・L・A・S は全て、N へナビゲートするツールになります。  
つまり、プロモーションを開始した時点で、**魅力的な N (WEB サイト)** が必須となります。
- プロモーション開始時には詳細が決まっていないことが多いので、本サイト設置まで、若干のエンタテインメント性を持ったティザーサイト（予告サイト）を設置します。  
その**アクセスデータを解析**して、本サイトに向けてプログラムなどを補修していきます。
- A・S は、流動消滅（一瞬で流れ去る）するツールなので、当該イベントの 2 週間前以降の実施が有効です。  
ただし S に関しては、**何度もターゲット修正**しながら、直前まで複数回実施します。
- 多くの人を巻き込むため（当事者意識を持ってもらうため）には、**適時にプレ・イベントの開催**が重要になります。プレ・イベントの募集や広報宣伝が本イベントの広報宣伝との間に効果的なシナジーを生みます。