

ブログPR型広告？

小越 崇広

(<http://ameblo.jp/nippau>)

自己紹介

会社勤め

メディア営業経験あり

今はシンクタンクっぽい仕事

本日お話ししたいこと

ブログPR型広告についての僕の意見

ブログPR型広告

いろいろ種類がありますが、
ブロガーに連絡を取り、
企業から有償で記事を依頼する事。

ひとまず、そういうふう
にいっしょくたにします。

広告？ WOM？

広告です。

* 厳密な定義とはずれてます。

理由は2つ。

有償な為

企業からメッセージに関してオリエンしている為

まとめると、、、

書いてもらう事 = クチコミじゃありません。

書いてもらう事 = 広告(っぽい行為)です。

だから、、、

ブログPR型広告はW O M Mに役に立たない！

だから、、、

ブログPR型広告はWOMMに役に立たない！
訳でもないと個人的に思います。

なぜなら

ブログPR型に限らず、
広告もメッセージが受け手に
「Engage」すればクチコミが起こるから。

その上

ブログはそれが起こるチャンスが高いと思う。

なぜなら

従来メディアの「信頼できる情報発信」
に加えて、「似たもの同士」「人付き合い」による
読者 / 被読者関係があるから。

つまり、

従来メディアの「信頼できる情報発信」に加え、

「似たもの同士」 関連性の高いクリエイティブ

「人付き合い」 話を聞いてもらいやすい体勢

多分、、、

生理的に好きになりづらいブログPR型広告は、前述3点*のどこかに問題がある。

*「信頼できる情報発信」、「似たもの同士」、「人付き合い」

例えば、、、

人付き合いにヒビを入れる

－ ウソ

－ 隠し事

例えば、、、

脈絡の無い情報発信

- 私に化粧水

信頼できない情報発信

- 良いことだけ書いてもらう

ということは

キャンペーンの成功の為にブロガーの為に

「人付き合い」にヒビを入れない為の開示

「信頼できる情報源」であることをキープする
正直さと関連性

欲を言えば

クチコミが発生しやすくなる
ソーシャルレンシー

以上3点*が

超重要！

* 開示、関連性、ソーシャルカレンシー

まとめると

ブログPR型広告は「広告(っぽいもの)」
とはいえクチコミしないわけではないと思う。

ブログの特性は「人付き合い」「共通性」
なので、むしろクチコミには有利。

でも、関連性と開示が無いと、
上記の特性は生かされない。

うまくいくにはソーシャルレンシーはあったほうが良い。

例えば、、、

超高級ティッシュを使って感想を書いて！

こんなすげー広告があるみたいよ！

あなたの好きな作家さんが今度本だしますよ！

ありがとうございました。

続きはWebで！

nippau [検索]