

クロスプラス株式会社のPRオートメーション導入事例を公開 ～メディアリスト管理や既読の見える化で「経営に資する広報」をサポート～

広報PRのデジタルトランスフォーメーション（DX）を推進するプラップノード株式会社（本社:東京都中央区、代表取締役:渡辺幸光、以下 プラップノード）は、創業71年の歴史を持つアパレル会社「クロスプラス株式会社」のPRオートメーション導入についての事例記事を公開いたしました。



老舗アパレル会社のクロスプラス株式会社様は、近年では従来得意としてきた女性向け衣料品の領域だけでなく、非アパレル領域の事業も拡大し続けています。大ヒットを記録した「パステルマスク」や“押し活”のためのアイテムなど、ユニークな商品開発が注目を集めるなか、新商品ごとの新たなメディア開拓に奔走しているのが、広報の松永さん。

ECや新規事業の売上に繋がるような露出を獲得するために活動する一方で、商品ごとに狙うべき媒体が異なる難しさも感じていました。そんな課題に対して「PRオートメーション」導入でどのような影響があったのか。その活用法を伺いました。

詳細はこちら

「売上直結を目指す「経営に資する広報」実践の秘訣とは」

<https://pr-automation.jp/case/sell-up/2851/>

【会社概要】

プラップノード株式会社

設立：2020年3月2日

代表者：渡辺 幸光

資本金：2億円（資本準備金を含む）

事業内容：デジタルコミュニケーション領域におけるソリューション提供・PRオートメーションの開発販売

URL：<https://www.prapnode.co.jp/> <https://pr-automation.jp/>

【本件に関するお問い合わせ先】

プラップノード株式会社 桃井・川畑

TEL：03-4570-3150 Mail：info@pr-automation.jp