

日本ネット 経済新聞

Nihon Net Keizai Shimbun

2019年10月31日号

(週刊・毎週木曜日発行)

第0569号

発行所 日本流通産業新聞社 亀岡本部取材班グループ
〒103-0026 東京都中央区日本橋兜町1-11 ニッセンビル2F
TEL 03(3669)3421(代表) http://www.bci.co.jp
年間購読料 24,095円(税込) 記事・デザインの新規転載を禁じます。

リストラインパクト
後遺症のイロハ

第7回

効率的リストラ広告運用のノウハウ

「リストラインパクト」は、企業倒産の現場から、経営者、従業員、債権者、関係者まで、幅広く情報を提供している。その中でも、最近注目を集めているのが「リストラインパクト」の「リストラ広告」である。これは、倒産した企業の債権者や関係者に対して、効率的に情報を伝えるためのツールである。今回は、この「リストラ広告」の運用ノウハウについて、松原亮（まつばら てるあき）氏に話を聞いた。

松原氏は、12年以上の経験を持つリストラ広告運用のプロフェッショナル。現在は、株式会社カルテットコムに所属し、中小企業を中心に100以上のクライアントを相手に、顧客のニーズに応じた「リストラ広告」の運用を行っている。その中でも、特に注目されているのが「リストラ広告」の運用である。今回は、この「リストラ広告」の運用ノウハウについて、松原氏に話を聞いた。

松原氏は、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。これは、倒産した企業の債権者や関係者に対して、効率的に情報を伝えるためのツールである。そのため、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。これは、倒産した企業の債権者や関係者に対して、効率的に情報を伝えるためのツールである。そのため、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。

平野 ロワイール



平野氏は、12年以上の経験を持つリストラ広告運用のプロフェッショナル。現在は、株式会社カルテットコムに所属し、中小企業を中心に100以上のクライアントを相手に、顧客のニーズに応じた「リストラ広告」の運用を行っている。その中でも、特に注目されているのが「リストラ広告」の運用である。今回は、この「リストラ広告」の運用ノウハウについて、平野氏に話を聞いた。

平野氏は、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。これは、倒産した企業の債権者や関係者に対して、効率的に情報を伝えるためのツールである。そのため、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。これは、倒産した企業の債権者や関係者に対して、効率的に情報を伝えるためのツールである。そのため、まず「リストラ広告」の運用の目的を明確にすることが重要だと語る。

