

技術広報においては、各ステークホルダーに対する自社の期待を明確にし、その期待を実現する為の活動を定めることが重要となります。

技術広報の対象 ステークホルダー		技術広報を通じての 当該ステークホルダーへの期待	技術広報関連コミュニケーション項目例	
顧客	最終顧客	経営者	継続的製品・サービス購入	効果の裏付けとなる技術、企業の信頼感
		購買担当	製品・サービス購入	製品、技術、サービス属性、企業対応
		環境担当	環境対応技術の承認	環境技術、環境への取組み
		利用者	製品選定のサポート、顧客満足	効果、技術、製品信頼性、企業信頼感
	代理店・ 販売会社	営業担当	製品属性・全般サービスの理解・顧客満足	製品属性、製品信頼性
		営業技術	製品・技術の理解、ニーズのフィードバック	関連技術・技術への取組み
		保守	製品技術サービス情報の理解	同上
オピニオンリーダー		新製品の購入、ニーズのフィードバック、好意的情報の発信	製品情報の早期開示、関連技術への取組	
株主・アナリスト		技術資源・活動の理解	技術ビジョン・技術戦略・コア技術・将来製品へのインパクト、技術マネジメント体制	
メディア		好意的な報道	話題性のある取組等メディアが興味を持つ情報	
学生・採用候補		望む分野での優秀な学生・人材の入社	仕事の面白さ(自分の興味とのマッチング、チャレンジ等)、職場の雰囲気・環境、企業の信頼性等	
提携先		優良企業との提携	自社技術、将来製品	
学会・研究機関		優良機関との提携、技術サポート	先端技術、取組み	
政府(監督官庁等)		好意的取扱い	監督対象技術(●●技術、▲▲▲技術)	
社会(CSRIに関し)		好意的評価	環境関連技術、その取組み	
社員(特に技術系)		モラル向上	外部の評価	