

販促ツールプチ改善講座

お堅い感じの販促物

かわい
やさしい
あたたかい

雰囲気を変えたい方向けの勉強会

群馬県よろず支援拠点コーディネーター 山崎浩司

デザイナーじゃなくても
ササッとできるコツ



聞いて終わりではなく、
作って・試して・成果につなげましょう！



わからない点などの解消や、作ったものの添削、
また、他の販促手法との組合せなど…。お気軽にご相談し、「よろず」を上手にご活用ください。

✉ yorozu@g-inf.or.jp ☎ 027-265-5016

※山崎在籍日は火・水曜です。デザインや販促全般のご相談、承ります。



↑
オッサンでもできる
かわいいデザイン

人によって「かわいい・やさしい・あたたかい」の認識が違う



どの「かわいい」に合わせてらいいか？

→お客様の「かわいい」に合わせてる

「やさしい・あたたかい」も同様。そこからイメージや色、世界観・キャッチコピーなどを絞り込んでいきます。

「かわいい・やさしい・あたたかい」表現のコツ デザイン／デザイン以外のアプローチ

【デザイン】 背景だけでも全然変わる



- 色 : パステルカラー・薄め・暖色・黒→濃いめの同系色
- カタチ : 曲線・アナログ感・ランダム (不揃い感)
- 雰囲気 : 手書き・余白多め・自然
- フォント : 丸ゴシック・デザインフォント・手書き風・細文字
- 制作のコツ : 作る前に絵本や子供向けの図鑑や参考書を読む
0から作らない

【デザイン以外】

- 文字 : 漢字少なめ・専門用語少なく・「やさしい」そのものの表現をあまり使わない
- 文章 : です・ます調・会話口調・過剰な敬語を使わない・文章少なめ (箇条書きなどに変換)
顧客目線・指示語を少なく
- 気持ち : 頭の良さや知識量などをひけらかさない・不必要によく見せたいと思わない
手段と目的を整理する
- 話し方 : ややゆっくり・声は大きすぎず・子供に話しかけるように・やわらかく
- BGM : アコースティック楽器 (木製のもの) を中心に・リズム激しくない



『言いかえ図鑑』などを読んでおくのもオススメです→

ちなみに、味気ないモノクロ印刷のチラシでも

印刷する紙を変えるだけで、雰囲気が変わります。

※右側の紙、100均で60枚入りのものが売られています





2

ワンポイント
アドバイス

**チラシ・パンフレット・POP・SNS投稿・
プロフィール文・名刺・店のレイアウト
(内外装の写真) ・看板・提案書・DM・
メルマガ原稿・ホームページなどの、**

**持ってきてもらった、今現在使っている販
促ツールの「惜しいところ」をご指摘し、
内容・見映えの両面から簡単な改善策をそ
の場でお伝えします。**

3

(まとめ)

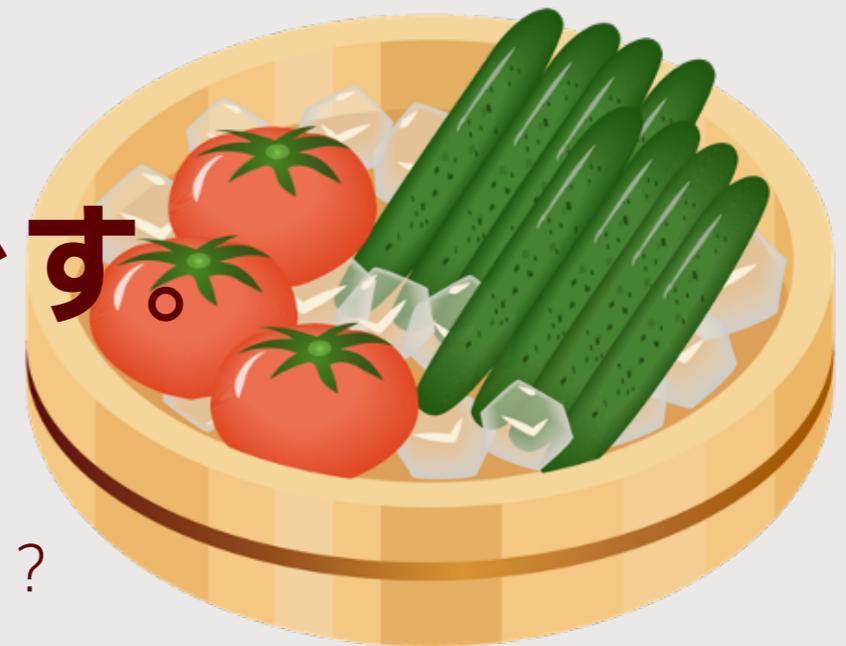
販促ツールには
何が必要か？

まず最初は「お客さんは誰なのか？」を明確に

お客さんの**行動・悩み・関心・あるある・理想**とする**状況**などを想像し、

ヨソがやってるから…ではなく、そこをもとに販促の打ち手や使う媒体、販促ツール、さらに具体的な**言葉・色・イメージ**を絞り込ん
でいくようにするのが、

「外さない販促」のポイントです。



ものすごく暑い日に、野菜をどのように売りますか？

もう1つ成果を上げるためのポイントは…

専門家の活用 です。

【群馬よろずをうまく使うと得られるさまざまなメリット】

- 客観的目線からのブラッシュアップ
- デザインのコツや販促のアイデアが手に入る
- 〆切効果
- 無料で何度でも相談できる