

すぐに使えるお役立ち情報
効果の出る広告内容のポイント

ターゲットを明確にしましょう

広告を掲載する前に必ず、ターゲットを明確にしましょう。

商品・サービスを必要としているのは？

▼どんなことで困っている、悩んでいる人？

(例) どの治療院に行っても症状が改善されず悩んでいる人 / 家の雨漏りに困っている人

▼どんなことに不満を感じている人？

(例) 価格が高いことに不満を持っている人

▼どんなことを望んでいる人？

(例) 綺麗になりたい人 / 痩せたい人 / かっこいい車に乗りたい人

ターゲットの「状況」や「気持ち」を できるだけ詳細に想像してみましょう

独自の売りを明確にしましょう

ターゲットが確定したら、次は独自の売り(USP)を明確にしましょう。

USP=Unique Selling Proposition

「独自の売り」を考えるには??

▼ライバル店にないことはなんですか？

(例) 提供している食材が全てオーガニック食材であること / どんなシミでも確実に落とせる技術がある

▼お客様がなぜ、御社の商品・サービスを選んでくれたと思いますか？

(例) カウンセリングがしっかりしていること / 価格が安いこと

▼お客様がどんな時に一番喜んでくれていますか？

(例) 希望の体重まで痩せられた時 / 思い通りの髪型になった時

お店目線だけでなく、お客様目線で
独自の売りを考えてみましょう

What to say を決めましょう

What to sayを決めてからHow to sayを考えることが広告の基本です。

では、What to say とは？？

▼誰に対して

(例) 大切な衣類のシミが落とせず困っている人

▼何をアピールするのか(独自の売り)

(例) どんなシミでも確実に落とせる技術がある

**ターゲット・独自の売りがわかれば、
おのずと何を広告で伝えたいかも
明確になってきます**

How to say を考えましょう

What to sayが決まったあとは、How to sayを考えましょう。

How to say のポイントとは？？

① メリットを具体的に

(例) ○体に脂肪が付きにくい天ぷら油を使用しています / ×体に優しい天ぷら油を使用しています

② 数値化する

(例) ○当塾の自慢は、95.3%の合格率です / ×当塾の自慢は、高い合格率です

**伝えたいこと(What to say) が
より伝わりやすい言葉を選びましょう**

チェックシートで確認しましょう

商品・サービスを必要としているターゲットが明確ですか？

●どんなことで困っている、悩んでいる人？

●どんなことに不満を感じている人？

●どんなことを望んでいる人？

ライバル店にないことや、お客様がなぜ御社の商品・サービスを利用しているか「独自の売り」が明確になっていますか？

●ライバル店にはない御社だけの売りは？

●お客様はなぜ、御社の商品・サービスを選んでくれていると思いますか？

●お客様はどんな時に一番喜んでくれていますか？

