

デザイン・コピーライティングの専門職ではないけれど、
制作に関わる方のための

クリエイティブ・ディレクション

オンデマンド配信
申込後7日間 終日視聴可能

基礎講座

▶制作を発注する

クライアントの方

▶制作を外注に出す

広告会社の営業の方

▶作業レベルから脱したい

デザイナーの方

にオススメ

一進一退の繰り返して、
想定以上の時間とコストがかかってしまう

テキストのベタ打ちのような
レイアウトをなんとかしたい

情報を盛り込みすぎて、
いつもごちゃごちゃしてしまう

「これならいける!」と思っても、
営業現場に反対され妥協してしまう

「そうそう、こういうの探していたの」
とお客様に思わせる切り口がない

素人臭さが抜けない…

目的を達成する制作物を完成させるためには、
好みや感性以前に、守るべきセオリーがある。

一度はしっかり学んでおきたい

製品案内

カタログ

パンフレット

POP

チラシ

etc…

制作物のノウハウを一挙公開!

発注・判断する側のノウハウは、誰も教えてくれない。

企業内でPOP、パンフレット、チラシ、Webページなどの制作物に携わる方のための講座

宣伝、販促部門を中心にPOP、パンフレット、チラシ、Webページなどの制作物は日々企画・制作されています。多くの業種・業態において、商品・サービスの質で競合との違いを打ち出しにくくなっています。制作物が果たす役割はより大きなものになっています。そのため前例の踏襲や競合の真似で制作した物ではもはや不十分です。しかし、外注する場合でも一緒に仕事をした経験がないデザイナーで、自社や商品・サービスへの理解が浅いなど、外部にも頼れるものがないという担当者は少なくありません。そして担当者や決裁権を持つ上司の多くは制作の専門職ではありません。それゆえ制作物を一から制作すると、商品の売りや開発の苦労話など「伝える側の目線」で打ち出し方を決めてしまったり、上がった案を好みや感性で判断してしまったりすることに多くの担当者が課題を感じています。

経験や感覚に頼らずとも一定の原則やルールを知り、それを活用することで成果は飛躍的に高まる

特に多くの担当者が頭を悩ませているのは、いかにイメージ通りの案をデザイナーに挙げてもらうかということです。そういった方は、細かく伝えても、おおまかに伝えても納得できる案が挙がってこないという悩みを抱えたまま、日々の制作に取り組んでいます。このような悩みを解決した企業は、自社で固めるところとデザイナーからプロの発想力を借りるところを明確に棲み分け、適切な伝え方をすることによってイメージ通りの案を挙げてもらっています。実は、読み手を動かすことを目的とした制作物にはある程度決まった原則やルールがあります。それらを知り、活かすことで、好みや感性だけで作られた制作物と比べて、売上などの結果で差を付けることができます。そこで宣伝会議では、マーケティング・コミュニケーション領域の専門出版社として培ったノウハウを基に、今まで誰も教えてくれなかった発注・判断する側に向けた制作物の企画・制作のノウハウを習得する「クリエイティブ・ディレクション基礎講座」を開講いたします。

講座のポイント

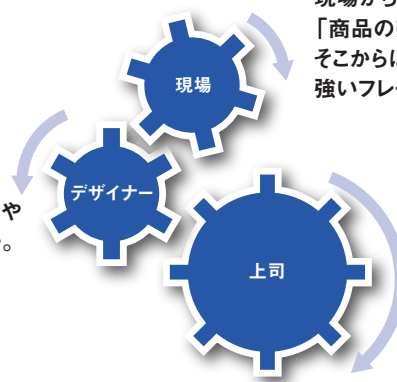
我流への不安が払拭され、即実践に活かせる制作物のノウハウ

思ったような案がデザイナーから挙がって来なくて、修正を繰り返し、終了間際になって妥協する。または前回制作した制作物の微修正や、競合が制作した制作物の真似をしてしのご。このような状況から脱却し、読み手に響くメッセージは何か、それをどうデザイナーに伝えれば思い通りの表現に仕上がるのかを理解するためのカリキュラムです。

デザイナーは依頼した内容や方向性から外れていないか。デザインのプロならではの発想が盛り込まれ、より効果が期待できる仕上がりになっているか。

現場から挙がる「お客様の声」や「商品の売り」。そこからは対象者の心に響くような強いフレーズを取捨選択できるか。

上司の好みや前例に頼った案でなく、読み手が興味を持つ裏付けをもとにきちんと説得できているか。



読み手の心に響く制作物

こんな課題をお持ちの皆さまへ

読み手 に対して

- 「売り」にしたいことや苦労話でなく、何が読み手に響くのかを導き出したい
- 写真・イラスト・文章を組み合わせ、伝えたいことが伝わる構成案を組みたい

上司・現場 に対して

- 感覚で注文をつけてくる現場を論理的に説得したい
- 上司の好みや前例に捉われがちで案がなかなか社内では通らない

デザイナー に対して

- オリエンの意向を汲み、デザイナー自身の感性が発揮される指示の仕方を学びたい
- 自身でコピーを書き直す際に、魅力的な一言で表現をしたい

受講生の声

クリエイターがどうしてこちら(広告主)の意図+αの企画書を挙げてくれないのか不満に思っていたが、我々側の情報整理が十分でなかったのだと気付かされた。

先輩などからは聞けない情報が得られた。知らない事、今までしてなかった事など、これから活かせる話がたくさん聞けた!

7つのアプローチ方法と4つの表現方法での判断は今後仕事をする上で非常に役立つと思いました。

当講座で習得するスキル

「打ち出す内容に裏付けを持ちたい」
「イメージ通りの案が挙がらない」と担当者が思ったとき、
知っておくべき事柄を集中して学べるカリキュラムです。

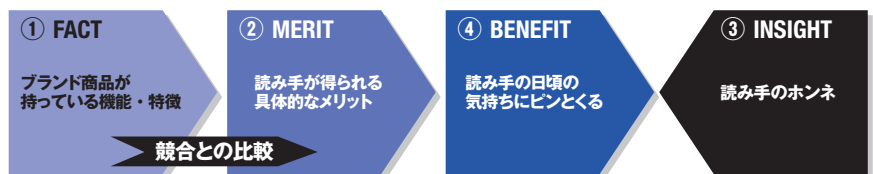
POINT

伝えたいことと読み手が知りたいことを一致させる

1

利用シーンや新しい使い方など 読み手に気付きを与える表現の打ち出し方

商品特徴や開発コンセプトなど、伝える側の目線からだけで打ち出したメッセージでは読み手を動かすことは困難です。読み手を動かすには、「こんなことがあった」という新しい使い方や「そうそう、こういう探していたの」と気付きを与えるメッセージが不可欠です。それには「伝える側の目線」と読み手の興味関心を一致させる必要があります。そうした気付きを与える打ち出し方を当講座では学びます。



現場や上司からのダメ出しに妥協しないぶれない軸を作る

読み手が動かなければ批判にさらされるのは担当者です。現場や上司からのダメ出しを基に作ったとしてもそこから逃れることはできません。そこで本講座では、現場・上司を納得させたまでぶれない軸の作り方を学びます。

POINT

修正を繰り返さずイメージ通りの案をデザイナーに挙げてもらう

2

デザイナーに何を求めているのか、 どこで発想を膨らませるべきかわかる指示の出し方

細かく指示を出すと伝えた通りにしか仕上がらない。おおまかに伝えるとイメージとかけ離れたデザインとなってしまいます。イメージ通りの案を挙げてもらうための伝え方に悩む担当者は少なくありません。プロならではの発想力を活かした制作物を作り上げてもらうためにはどのようにイメージを伝えるべきなのでしょう。それは適切な指示出しを行うことです。適切な指示出しは最低限の質を担保し、無駄な時間と経費が掛からず、デザイナーのモチベーションを高めることにつながります。当講座ではそうした指示出しのノウハウを学びます。

目的に沿ったデザインに仕上げるためのディレクションのセオリー

デザインは見た目の美しさも必要ですが、目標達成のためにどう効果的にするのかという視点が欠かせません。例えインパクトがあっても価値が伝わらなければ、商品サービスは存在しないのと同じです。講座では、お客さまの関心に沿って、自社の言いたいことが伝わるデザインにするための、ディレクションノウハウを学びます。

■ ストレート	■ 比較する
■ 権威付け	■ 変化をみせる
■ 実証(実践)	■ 類推させる
■ 問題解決	■ 非日常をみせる
■ 誇張	■ 考えさせる
■ 脅迫	■ 意表をつく
■ 関心情報提供	■ メディアを利用する

POINT

読み手の目線を引き付け、決断を促す

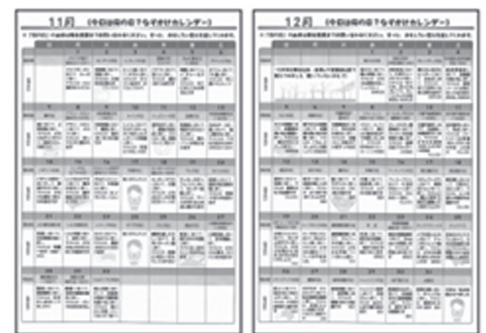
3

「目立つ」「差別化が図れる」「納得させる」 読み手の行動を喚起する表現に仕上げる

どんなに響く打ち出し方ができていたとしても、目線を引き付けることができなければ読み手を動かせません。それには色とコピーの使い方が重要です。しかし、目立たせることは最低条件に過ぎません。目立ち、選ばれる色使いをした上で、コピーと連動したときに使用感が理解しやすいこと、競合との違いがわかることが欠かせません。当講座では目を引き、読み手に決断を促す色とコピーの使い方を学びます。

お客さまに関心を持ってもらう、反応を促すテクニックを一挙公開

春夏秋冬、毎月、毎週、毎日、それぞれのタイミングで、話題、記念日、季節性、行事など、販促物に活かせる情報は多く存在します。それが、商品・サービスを売る切り口になります。本講座では、その切り口の作り方を学び、制作物の効果を高めるためのノウハウを学びます。



キッチンの日、レコードの日、鰻の日など、記念日は存在する。その記念日を効果的な販促ツールにした事例。

カリキュラム

時間	テーマ	講義内容
第1部 約240分	何を伝えるのか ~What to say~ どう伝えるのか ~How to say~	コミュニケーション開発のプロセスを整理する/インサイトの役割/What to sayの種類/FACT→MERIT→BENEFIT←INSIGHT手法/効果的な表現アプローチ類型/各類型の特徴と事例/コピーの書き分け事例/演習
第2部 約165分	販促物ディレクションの 基本をマスターする 販促成功事例に学ぶ シナリオ設計と強いコピー作成	お客様が関心のある言葉を使う/見てもらうための工夫をする/説得力のある口実を作る/個人からの発信をする/体験をイメージさせる/販促を楽しむ/いまだ聞けない紙の基本知識/時事ネタを取り込んで成功した販促物/共感・共鳴の2タイプを理解する/ラストシーンから逆算してコピーを考える

※講師・カリキュラム・日程は変更になる場合がございます。予めご了承ください。

講師紹介



川上 徹也 氏

湘南ストーリーブランディング研究所代表
コピーライター/コミュニケーション・ディレクター

大手広告代理店にて、営業局、クリエイティブ局を経て独立。フリーランスのコピーライター&CMプランナーとして50社近くの企業の広告制作に携わる。TCC新人賞、広告電通賞、ACC賞など15回以上受賞。現在は、広告制作にとどまらず、クライアントの企業理念構築からブランディングまでのサポート・コンサルティングを中心に様々な成果を生み出している。



田中 みのる 氏

ライズマーケティングオフィス

1989年大阪中央郵便局着任、公社化、民営化と大組織の変革を経験、法人営業、社員育成などを担当。その後、霞が関本社にて勤務。2010年独立、ライズマーケティングオフィスを設立。メディア接触時のターゲット・インサイトを追究し、効果の出る販促物・チラシの作成や、Web・モバイルを活用したクロスメディアのプロモーションについて、全国でコンサルティング、セミナーを多く手掛ける。その知見をいかし販促会議「販促NOW」コーナーにて販促ツールを解説。また宣伝会議『現代宣伝・広告の実務特集』にて「ダイレクトレスポンス広告の作り方」を執筆するなど、他多数の実績。

講座概要

- 講義形態：宣伝会議オンライン内でオンデマンド配信
※お申込日から7日間視聴可能。視聴期間内であれば、ご自身の自由なタイミングで視聴できます。
- 受講料金：54,000円(税込 59,400円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)を含みます
- 受講対象：企業の宣伝、販促、広報、Webの担当者。Web制作会社、広告会社、広告制作会社の若手デザイナー。Web広告制作担当の方

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

▶ 03-3475-3033



クリエイティブ・ディレクション お申込者情報記載欄	会社情報	会社名	TEL										
		住所 〒											
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日								
		Eメール			年 月 日								
	派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日								
		Eメール			年 月 日								
申込形態		①企業申込 (請求書を発行します)		②個人申込		宣伝会議からの情報		①いる		②いない		③すでに届いている	

お振込み先 三菱 UFJ 銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・誓約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とする受講等に関する場合は、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により既宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー (<https://www.sendenkaigi.com/privacy/>) をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

■お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

