

一瞬で  
伝わる

POP、看板、フライヤーなど顧客の目を引き付ける  
店頭販促物の制作に関わる方のための

# POP制作ディレクション 基礎講座

【オンデマンド配信】申込後7日間 終日視聴可能

消費者が「この商品」に  
求めている情報は何なのか…

いつも同じような  
色やメッセージになってしまう…

SUMMER  
SALE

売り場で  
他社よりも目立つ  
デザインを知りたい

言いたいことを  
POPに詰め込んでも  
ごちゃごちゃするだけ…

手書きPOP、  
体感POPなど  
適切なツールが分からない

バイヤーを説得し、  
設置してもらえる  
POPを作りたい

制作会社やデザイナーに  
イメージを的確に  
伝えられていない…

キーワードやコピーを、  
イメージ通りにデザインに  
落とし込めない

メーカー  
販促・マーケティング部門の方

メーカー  
営業部門の方

自社店舗をお持ちの方

にオススメ

店頭で思わず立ち止まってしまう、  
つい手に取ってしまう、POP制作のセオリーを学ぶ

# 目に留まるデザイン、欲しくなるコピーの ルールを知らないまま、試行錯誤で進めていませんか？

買ってほしい一途な思いも  
小さなPOPには詰めきれない

店頭の前線でお客さまを立ち止まらせたり、商品を欲しいと思ってもらったりするために、POP制作の担当者は日々頭を悩ませています。しかし、買物客の購買意思決定の8割が店頭で行われるという事実に基づき、アイキャッチに使われることが多いPOPは、その小さな媒体に多くの情報を掲載することはできません。しかも多くの担当者は、店頭の一瞬でお客さまの心をつかむデザインやコピーライティングの術を専門的に学んできたわけではありません。多くの現場でPOPは感覚や、今までの経験からのみ、制作されている現状があります。

一瞬で伝わる  
POPならではのセオリーを学ぶ

店舗との親和性を無視した大型什器をつくっても、そのほとんどが使われずに破棄されてしまうのと同様に、小売・流通の担当者やお客さまのニーズを無視した機能訴求では、効果を上げることはできません。一瞬で買物客の目に留まるデザイン、欲しいと思ってもらうコピーのつくり方には、一定のセオリーがあります。宣伝会議では、長年開講するコピーライター養成講座などのノウハウを生かし、POP制作に関わる担当者がセンスによらず成果を上げるPOPを制作するための「POP制作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

### POINT 01

#### 買物客の心理を知り、 アイデアを練る

商品を誰に売りたいのか、何が強みなのかははっきりしていても、それが買物客の求める情報でなければ、想いは届きません。買物客の心理を知り、求められている情報をあぶりだし、企画につなげます。

### POINT 02

#### “一瞬”で伝わるコピー

店頭における一瞬で、買物客の心に突き刺さり、手を伸ばしてもらうメッセージの作り方にはテクニックが必要です。ワークショップを通して、コピーの切り口と表現を訓練します。

### POINT 03

#### 効果的なツールとデザイン

店頭販促物は、伝えたい内容に即して、手書きPOP、体感POP、天釣り、テスターなど様々なツールやデザインを使い分ける必要があります。

## 下記のような方におすすめの講座です。

自社商品のうたい文句や、営業・バイヤーの要望に流されるだけでなく、消費者が求めている情報をPOPで伝えたい。



メーカー制作担当の方

他社よりも目立つPOPを自分で作ったり、思った通りのデザインで発注するスキルを身に付け、安定的に棚を取りたい。



メーカー営業の方

毎日のようにPOPを制作しているが、コピーライティングやデザイン、フォントの考え方を、専門的に学んだわけではない。



店舗担当の方

店頭でキャンペーンや告知などを展開したいのに、大型什器などの提案は、まず設置するのにもハードルが高い。



販促担当の方

# 基礎編

## 「欲しい!」と思ってもらうために、買物客の心理を理解する。

購買意思決定の8割が決定されるといわれる店頭では、POPの影響は非常に大きくなります。しかし近年、機能や品質のみを訴求するPOPは見向きもされなくなっています。お客さまに「欲しい!」と思ってもらうためには、その心理を的確についたPOPを制作することが不可欠です。

本講座では、長年現場で実績を上げる講師から買物客の心理を学び、自社商品に対して、お客さまが求めている情報が何なのかを整理します。

### 顧客獲得のためのモノからコトへの変換



⇒ 価値を伝えなければ、そこには商品がないのと同じ!



### 買物客心理 9つの買い方と3つの傾向

買い方	① 値段	傾向① お得感
	② オマケにつられて	
	③ キャンペーンにつられて	
	④ 内容を見て	傾向② 安心感
	⑤ 他人評価(クチコミ)やイメージで	
	⑥ 勧められたから	
	⑦ 新発売だから	傾向③ ワクワク感
	⑧ 限定だから	
	⑨ 人気だから	

©山口 茂

# コピー編

## コピーライターでなくとも簡単に買物客の心理をついたPOPが書ける。

### POPを書く上で外せないコピーの原理原則

- 「必要な  に」
- 「必要な  を」
- 「 文字で」
- 「 に表示する」

店で売りたい商品を明確化し、商品に誘導します。そして「何を伝えるか」がポイントです!

⇒何でもアピールするとお客様は混乱してしまう!  
⇒お客様はスタッフからのオススメ情報、ランキング(人気、売れ筋情報)、こだわり商品、新商品、生活提案(料理、健康、美容など)を求めている!  
⇒お客様の購買意欲を高めるためにコトPOPが必要!

### 機能訴求から脱するコトPOPの作りかた

「キラーワード」の作りかた!

★ キラーワード制作の3つのポイント

1. 分かりやすいコトバである(抽象的なコトバは使わない)
2. 一言でいうと何か(その商品の一番の強み)
3. 「えっ!」という意外性がある(ドキッと、クスッと笑える)

©山口 茂

余計な情報を排除し、できるだけ短い言葉でお客様に魅力を届けることは、よく現場でも重要視されます。しかし、コピーを専門的に学んだことがなければ、ただ言い換えたり、必要な情報まで削ったりしてしまいがちです。

本講座ではPOPならではの原則と、いわゆるコトPOPと呼ばれる、響く言葉の書き方を学びます。

# ツール・デザイン編

## 売り場に置いたとき、見やすく読みやすいPOPをつくる。

営業やバイヤーからのリクエストに応えることも重要ですが、担当者も店頭の現状を知り、買物客の目に留まるPOPのツールやデザインを学ぶ必要があります。POPにおけるツール・デザインは、いわゆる通常の広告制作物のレイアウトにとどまりません。単体で目立つこと以上に、店舗全体の中でどう見せるか、が重要です。本講座では、見やすい、読みやすいことを大前提に、店頭での取り付けの位置など、「お客さまの目線」と切り離せないPOPのツール選びとデザインスキルを身に付けます。

### 店頭で設置することを前提にデザインを決める

<b>ワンポイント</b> ひとつの商品によるコーナー化(点の訴求)	<b>ライン</b> ラインによるコーナー化(線の訴求)	<b>サンドイッチ</b> コーナーの上下、あるいは左右を、看板フレームで囲むことによるコーナー化(面の訴求)	<b>フレーム</b> 看板フレームなどを使い、商品名を囲むことで、視認性を高める。特別なコーナー化を図る。
---------------------------------------	---------------------------------	------------------------------------------------------------	-----------------------------------------------------------

### ひとコトPOPを作る8つの約束

1.  で伝えたいことを書く
2.  使っている言葉を使う
3.  の近くに貼る
4. 一言POP内に  を書かなくてよい
5. 文字、用紙の色は商品の  に合わせる
6. 用紙の大きさは、付ける  により変える
7. 紙の  も商品イメージに合わせて変えると効果的
8. 作成に  をかける必要はない

### コトPOP デザイン上のルール(一例)

コトPOPで大事なこと(写真の大きさ編)

写真の大きさは紙面の「2分の1」ルールで!

©山口 茂

# カリキュラム

時間	テーマ	内容	講師
第1部 約120分	売れる“仕組み”を学ぶ	POPの役割、目的／モノが売れる仕組み／買物客の心理を知る／買物客の店頭での行動を知る／「伝える」と「伝わる」の違い／マーケティング視点でPOPを理解する／メーカーと流通の現状／成果を上げた事例	田中みのる氏
第2部 約270分	売れる“瞬間”を学ぶ コピー編 デザイン編 コトPOP編	お客さま心理と行動／9つの買い方と3つの傾向／ゴールデンサイクル(繁盛店のしくみ)／売場づくりの3要素／立ち止まり率を高める4つのコーナー化／売れる売場づくりの3つのキーワード／POPの基本原則／【POPの新常識】コトPOPとは／お客さまメリットと3つのコト／モノ情報からコト情報への変換術／魔法の「コト出しシート」活用術／意外と知られていない「ひとコトPOP」活用術／コトPOP成功事例	山口 茂氏

※講師・日程・カリキュラムは変更の可能性がございます。予めご了承下さい。

## 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： メーカー制作担当の方、メーカー営業の方、店舗担当者の方、SP会社の方、POPライターを目指す方

## 講師プロフィール

### マーケティング視点で “売れるPOP”を分析



#### 田中 みのる氏

ライズマーケティングオフィス

平成元年 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、平成9年から法人営業、社員育成等を担当。平成15年からは霞が関本社にて勤務。平成22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。宣伝会議「成功するDMの極意全日本DM大賞年鑑2010」にてコラム「販促の寺子屋」を執筆。

### 多数のメーカーに対する “コトPOP”のコンサル実績No.1



#### 山口 茂氏

山口 茂デザイン事務所  
代表取締役  
POPの学校 校長

販促の現場で「ひとつの理論より1枚のPOPがお店を元気にする」を体得。独立後は全国を飛び回り、POPの制作指導・コンサルタントに従事。これまで約25万人の受講者と、「売れるPOPのノウハウ」に多くのファンを持つ。POPを、商品情報だけを伝える「モノPOP」とお客さまのメリットを伝える「コトPOP」に分け、より販促効果の高いコトPOPの実践を提唱する唯一のコトPOP指導者。またコトPOPを通じた売り場づくりや教育にも定評がある。POP広告クリエイター技能審査試験中央委員、商業界POP大賞審査委員長。



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



WEB申込 ▶ すぐ受講いただけます

FAX申込 ▶ 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

POP制作 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			
	派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日
		Eメール			
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てしまった場合は、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・確約します。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しましては、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。※本申込書により株式会社宣伝会議が取得した個人情報(お申し込み名、住所、電話番号、Eメール、お申し込み日)は、本講座の開催、受講料の請求、お問い合わせの対応、その他本講座に関するご連絡等に利用させていただきます。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/

