

パンフレットなど新規にデザインを考える際のイメージを明確化する判断にお使いください。
 チェックは訴求したい内容や対象者へのイメージアップの確認になり、制作する上でコンセプトの共有になります。

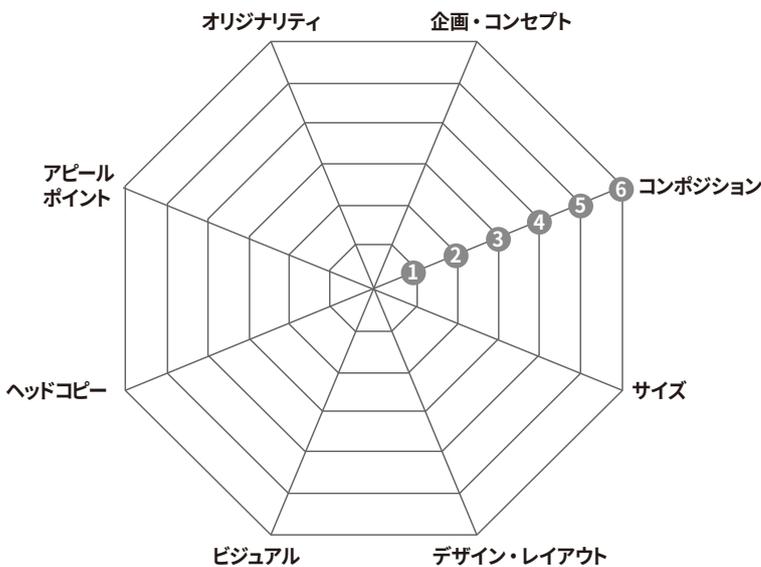
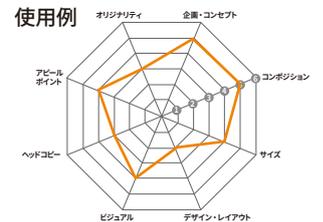
デザイン販促物 (パンフレットなど) 制作の際のコンセプト確認

販促物を制作する際の診断チェックをしてください。作りたい内容の訴求ポイントが明確になります。
 「1」が訴求ポイントが低い場合、「10」が訴求ポイントが高い場合としてチェックしてみてください。

		1	2	3	4	5	6	7	8	9	10
1	お客様に説明する際の使いやすさ										
2	会社のイメージを明確にしたい										
3	商品イメージを明確にしたい										
4	ターゲット・訴求ポイントは明確にしたい										
5	全体デザインを個性的にしたい										
6	わかりやすいレイアウト構成にしたい										
7	色使いなどビジュアルはこだわりたい										
8	キャッチコピーにこだわりたい										
9	文章はわかりやすく読みやすくしたい										
10	写真・イラストはこだわりたい										
11	判型やページ数はこだわりたい										
12	競合他社との差別化にこだわりたい										

デザイン販促物の訴求ポイントの確認

新規に制作したい販促物デザインで診断チェックをしてください。作りたい販促物の印象が明確になります。
 ①がそれほど重要で無い場合、⑥が重要度が高い場合としてチェックしてみてください。



- 企画・コンセプト: ターゲット層や訴求内容の明確化
- コンポジション: 訴求内容が的確に伝えられる構成(構成内容)にしたい
- サイズ: 制作物の判型・ページ数などは最適か
- デザイン・レイアウト: 見やすく読みやすく興味をひく構成にしたい
- ビジュアル: 写真やイラストで的確で訴求効果を高めたい
- ヘッドコピー: 訴求内容を簡素に理解できる表現にしたい
- アピールポイント: 訴求内容を正しく伝える文章表現にしたい
- オリジナリティ: 制作物の印象が競合製品などと差別化したい

制作にあたっての希望、要望などお書きください。