

チェック項目の復習を。

チェック項目の復習です。これらのチェックをきちんとこなして
るかどうかで、販促ツールが生む成果には大きな差が出てきます。

Check

出口(ツールのゴール)を明確にしているか?

入口で、「**引きのひかけ**」を作っているか?

入口から出口までの**流れを設計**できているか?

その**主語**は、お客さまになっているか?

「あじさが伝わる」ために、どう表現するか?

お店や個人、企業にはイメージって大事だから、
「**キレイ&かっこいい**」ツールを作ることもだい
じかもしれない。

でも、それよりももっとだいじなことがあるん
です。上の**5つのチェック**を経た上で「キレイ&
かっこいい」であれば最高じゃないっすかね?

販促ツールって売上を作るためのものなのだか
ら、きちんと設計して作り込んでくださいね。

まきや



〒231-0028 横浜市中区翁町2-8-5 203
株式会社はぴっく 眞喜屋 実行
お問い合わせ：hapic@mirror.ocn.ne.jp
URL：<http://haps.chu.jp>

ええっ!?

行動のしかけで売上アップ?

お客さま行動をしかける / 販促企画屋
眞喜屋実行 (まきや さねゆき)

販促美人

検索