

「身近で手軽な販売促進ツール」







印刷物とは、目的や用途に応じて使い分けされる販売促進ツールです。例えば、新聞に折り込まれているチラシ。スーパーのお得情報や新店舗オープンの案内など、日替わりで情報を更新したり、告知する地域を指定したい場合には最も適しているツールです。それぞれ役割のある印刷物を効果的に活用することが、広告展開において重要なポイントになります。

お客様とツールを手にする消費者との双方の視点から捉え、販促展開の手助けになる印刷物を提案していきます。

※その他販促宣伝ツール制作デザイン等もご相談下さい。



[印刷物の種類と役割]

	チラシ	A4～A3サイズ 比較的安価な販促ツール。告知したい地域を指定でき、新店舗オープンや記念セールなどコストがかからず効率よく呼び込むことができます。
	フライヤー	A5、A4サイズ チラシとは違い、店舗に設置されています。内容は様々で、商品案内や展示会、講演会のお知らせ、イベント告知など用途に応じて使い分ける事ができます。
	ポスター	B2、A2サイズ イベント告知や新商品のPRなどに活躍するツール。内容を伝える事がメインの他の制作物と違って、一目で興味関心をもってもらう事が目的になります。
	リーフレット	店頭に置かれ、持ち歩きできるコンパクトなサイズから簡潔で読みやすい内容が求められます。 フライヤーとほぼ同じコストながら、中身を充実させる事ができる点が特徴的です。
	パンフレット	更新頻度の少ない会社案内など、長く使われることが多いです。 一枚の紙に折りを入れページをつけたものがリーフレット、複数の紙を綴じて冊子にしているものがパンフレットになります。
	DM(ダイレクトメール)	ハガキサイズ 特定の対象者に直接郵送し、商品紹介やイベント告知など行います。 クーポンとしての使用されるものも多くなっています。

[制作のながれ]

