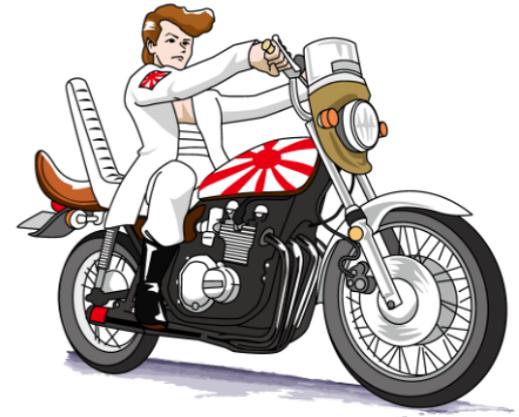


# 非デザイナー向け 簡単販促ツール作り

# そもそも いいデザイン／いい販促ツールって？

そもそも  
いい**デザイン**って、  
どんなものでしょうか？

▶ 主観で変わります



## いい**販促ツール**って？

デザイン以前の話

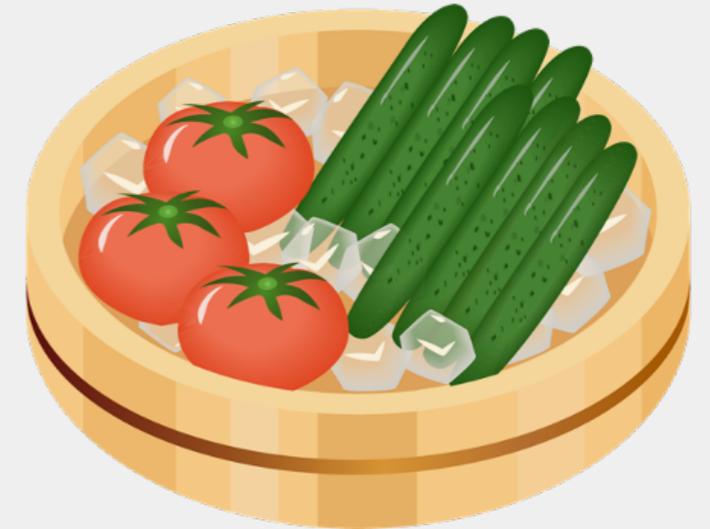
- 徹底した顧客理解 (顧客像の明確化)
- しっかりした企画設計 (いいもの・メリット)
- 最適な見せ方・伝え方 (前のめり)

デザイン以前の話

つまり…

▼

**「見映え」よりも「中身」！**  
**顧客目線で考える！**



ものすごく暑い日に、  
どうやって野菜を売りますか？

この局面では無農薬や糖度とか  
どうでもいいですよ…

# 非デザイナーでも伝わるデザイン ① ~「デザイン≒料理」理論で考える~



最高の素材・一流の料理人でなくとも「旨いメシ」は作れます。狙うべきは「**最高**」ではなく「**最適**」です。本業の合間に(手間やコストをできる限りかけずに)ササッと作れるようになるコツは、ズバリ「慣れ」と「効率向上のための知識」です。

考えてみましょう(その後チラシ等販促ツールに置き換えましょう)

- ・今まで作ったことのない料理を作る時、何をしますか？
- ・カレーを素早く作るには、どのような作り方が考えられますか？
- ・効率のよい弁当づくりのポイントとは？
- ・赤ちゃん／お年寄り向けに調理する上で気をつけることは？

料理	何を作るか 考える	▶	買い出し 狩猟・収穫	▶	料理	▶	仕上げ
販促ツール (HPチラシ等)	企画設計	▶	素材集め (撮影・DL)	▶	編集	▶	仕上げ

便利なものを活用して、**手間をかけずに**  
**そこそこいい感じのデザイン!**

所詮は

## 背景 + 画像 + 文字 の組合せ。

あまり難しく考えずに、見本を参考に手を抜くところは抜いて作りましょう。

### 非デザイナーでも「そこそこいい感じ」を作るための4つの切り口

#### ◆素材

イラスト・写真・動画・テンプレート・BGMなど、今では様々な商用無料の素材集サイトがあります。

自分の好みではなく、企画段階で導き出されたイメージに合った素材を選びます。

#### ◆フォント

顧客がよく読むであろう雑誌やサイトなどを参考にフォント選びをするのが○。

近年日本語でも商用可なフリーフォントが増えていいますので、有効活用しましょう。

#### ◆色

顧客がよく目にするものに合わせた色使いを心がけるのが基本。

あまり複数の色を使いすぎずに、同系色の濃淡などでメリハリをつけると、すっきりします。

#### ◆レイアウト

まずは「なんでも囲む」のをやめてみるだけでも変わってきます。

画像検索やSNS、まとめサイトなどを駆使して、「見本」を探し近づけていくのがオススメです。

# 非デザイナーでも伝わるデザイン ③ ~デザインの前にやっておく仕込み~

## 理詰めで作るキャッチコピーの流れ

1. 顧客像の設定
2. 困っている顧客の「あるある」を考える
3. 顧客の困りごとに応える、商品・サービスの特徴や効果を明確化
4. 売上／受注までの流れを踏まえ、どのタイミングで何を言うといいかを考える
5. キャッチコピーを補完する本文、次のステップへの誘導方法を考える

ポイントは「**誰**に**何**を伝え、**どうしてほしいのか**」

商品・サービス	
顧客像	
顧客の困りごとやよくあること	
商品・サービスの 特徴・効果	
キャッチコピー	

# 非デザイナーでも伝わるデザイン ④ ～スピーディーに「合格点」を狙うために～

# 70

販促に正解や満点はありません。また、完璧を目指すためのこだわりをお客さんは望んでいなく、独りよがりなものになっている可能性もあります。

チラシを作った後も、デザインの「心変わり」やそもそものビジネスモデルの変更など、作り直したくなるものです(都度プロに制作を依頼していたらキリがありません)。

だからこそ自分でフットワーク軽く作れるようになること、スピーディーに合格点に近づけること、「ローコスト」を心がけましょう。

スピードアップのコツは、  
時短情報の収集・使い回しと  
素材集やテンプレート!



## 素材集・フォント等リンク集



イラスト・写真・動画・テンプレートなど、今では様々な商用無料の素材集サイトがあります。自分の好みではなく、企画・準備段階で導き出されたイメージに合った素材を選びます。

[https://www.shikake.info/lp/sozai\\_font\\_link/](https://www.shikake.info/lp/sozai_font_link/)

### ●ある程度手を抜いてもいいところ

→ ちょっとしたチラシ・POPのデザイン、2度目以降のデザイン、本文部分など

### ●しっかりと考え作り込みたいところ

→ チラシ・POPのビジネス面での設計企画、キャッチコピー・リード文部分など