



**表現に工夫して、キャッチコピーを
さらにブラッシュアップ！**

キャッチコピーは難しくない！③

中小企業活力向上オンラインセミナー
マーケティング分野

中小企業活力向上プロジェクト実行委員会事務局



キャッチコピー作成の手順

ターゲットを決める



強みを書き出す



表現に工夫をする



プラスの欲求vsマイナスの欲求

お中元



プラスの欲求

今よりももっと
ハッピーになりたい

ご家族みんなが喜ぶギフト、
あります。



マイナスの欲求

今の困った状態を
解決したい

お中元、決められないうちに
タイミング逃していませんか？



プラスの欲求vsマイナスの欲求

肩こり解消枕



プラスの欲求

今よりももっと
ハッピーになりたい

朝をすっきり快適に
迎えてみませんか？



マイナスの欲求

今の困った状態を
解決したい

辛～い肩こりから
解放されたくありませんか？



表現に工夫をする

- ①限定感を出す 「今だけ半額」「3日間限定」「1頭で500gの希少部位」
- ②専門性を出す 「熟練の織物職人が…」「美容皮膚科医もイチオシ」
- ③新しさを出す 「〇〇初」「ニューオープン」
- ④好奇心をあおる 「えっ!?このお肌で〇〇代?」
- ⑤危機感を感じさせる 「そのニキビ、放っておいて大丈夫?」
- ⑥ターゲットへの呼びかけ 「ベルトの上のお肉が気になるあなた!」
- ⑦使用後のイメージを喚起させる 「息子の彼女に間違えられました!」



プラスの欲求vsマイナスの欲求

糖質オフケーキ

①限定感を出す

1日に50個しか作れない

②専門性を出す

ベテラン栄養士が監修

③新しさを出す

〇〇県初！

④好奇心をあおる

え!?美味しいのに太りにくいケーキ?

⑤危機感を感じさせる

いつものケーキ、そのまま食べて大丈夫?

⑥ターゲットに呼びかける

ダイエット中なのに甘いものが我慢できないあなた!

⑦使用後のイメージを喚起させる

ストレスフリーでスリムな体、
目指しませんか?



今回のまとめ

- プラスの欲求、マイナスの欲求両方の側面からお客様のニーズを考えてみる
- 限定感を出す、専門性を出すなど様々な工夫をすることが大切



専門家と一緒になら、さらにブラッシュアップできるかも！

ご利用は
無料です

経営診断
・ 経営相談

中小企業活力向上プロジェクト

東京都内の商工会・商工会議所の経営指導員と中小企業診断士が貴社をお訪ねし、企業診断を行ったうえで経営力向上のためのアドバイスをさせていただきます。



詳しくは
こちらから

