

Solution

その販促・広告手段は間違ってますか？

事業において各々の商品の特長、稼働力や採算ラインなどは様々です。当然、販促の手段や手法も様々であるはずなのですが、近年、広告訴求手段が多様になるにつれ、個々の媒体属性は不明瞭になり、慣習的な既存の手段や手法を繰り返し、広告や販促活動自体が形骸化しているケースが多く見受けられます。

求められる情報を必要とする人へ

近年ユーザーは様々なメディアの中から、必要な情報を抽出する手段を持っています。発信する方向やタイミングを誤れば、氾濫している情報に埋もれたり迂回してしまい本来のターゲットにたどり着きません。今後の参考にならないデータとネガティブな印象が以降のプランに影響する悪循環は避けないとはいけません。

マーケティングとマネジメントを一体に

事業の成果はプロモーションだけで成り立つものではありません。販促や営業との適切なバランスや密接な連携は不可欠です。各セクションで意思を共有し、一過性でなく継続的に安定した体制を構築することが成果と考えます。あらゆる手段を選択肢に入れて最善なプランを構築します。

A-Presto

株式会社アプレスト

Planning method

①ターゲットを明確に抽出。必要に応じ調査・分析

エリア・性別・年齢等など顧客属性を明確に設定する事から始めます。これによりプロモーションの規模・時期・手段などを適切に設定する事が可能になり、予算を最大限効果的に運用することができます。

②商材特性にマッチしたプロモーション手段を選択

テレビやチラシ、雑誌広告や近年では WEB 広告等、訴求手法は様々であり、事業規模や取扱い商品によって有効な手法は異なります。また手段により効果持続期間や傾向に特性があります。適正な手段の選択を行う事で費用と効果を計画的に設定した実行プランをご提案します。

③情報がしっかり伝わる制作・デザイン

せっかくの情報も見せ方・伝え方によっては十分に訴求されない事があります。お取り扱いの商品特長を正確にとらえ、訴求力があるデザインや質感を持たせることでプロモーション効果を最大に生かします。

A-Presto

株式会社アプレスト

Works

コンサルティング

セールスプロモーション

・顧客分析・市場調査・その他情報収集、分析

業 務 支 援

・組織構成マネジメント・運営マニュアル作成

・プロジェクトの立ち上げ・創業支援

広告代理業

WEB/ インターネット

・検索連動広告・メール広告・バナー広告 その他

マス広告 / 紙媒体

・新聞・テレビ・ラジオ・CATV・雑誌・フリーペーパー

・折込ちらし・ポスティングちらし

そ の 他 媒 体

・看板・大型設置ビジョン・交通広告

デザイン・制作

ホームページ制作

・WEB サイト・モバイルサイト・ランディングページ

・ブログカスタマイズ・ショッピングサイト

グラフィックデザイン

・CI、ロゴデザイン・カタログ、パンフレット

・ポスター、ちらし、DM、パネル、看板

そ の 他 制 作

・WEB プログラム、システム構築

・映像、音声、動画制作 (CF・PV)

・ノベルティ・什器制作

そ の 他

その他プロモーション

・イベント (販促、集客) 企画・制作

・セミナー、発表会

・ポスティング、サンプリング

A-Presto

株式会社アプレスト