

第 22 回ヤング P O P クリエイティブ・アワード

P O P 広告計画ワークシート

氏名

作品名

1.販売促進課題

- 新規顧客の購入促進
- 既存顧客の購入促進

2.ターゲット

3.POP 広告の目的

- 商品の認知を促進する（知名・商品理解・好意の向上を図る）
- （商品棚の中で）商品自体を目立たせる、商品を手にとらせる
- 購入特典や試用特典などの特別セールを訴える
- 特定商品ではなく、「売り場全体」への関心を喚起する

4.POP 広告のタイプ

- 告知 POP
- 販売・陳列 POP
- 演出 POP
- 実証・体験体感 POP
- アテンション POP
- 大量陳列（大陳）POP

5.表現テーマ開発

① 商品の特徴

② 表現テーマ開発

○どんな人が…

○どんな時に／どんな所で…

○何をするための商品として意味付けるか…？

○キーワード「商品特徴のどこを訴えるか」

（意図するもの）

○キービジュアル「商品特徴を作品にどう反映させたか」

（意図するもの）