

## 第 21 回ヤングPOPクリエイティブ・アワード POP 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 広告
- ☐ マーチャンダイザー（販売什器）
- ☐ ショーアップPOPツール
- ☐ プロモーション・ターミナル

### 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）