

裏面を作る



裏面タイトルを入力する



あなたの会社名 は
気軽に相談される 業種(店)
を目指します

裏面タイトルのポイント

- ・契約(注文)ではなく「相談」にフォーカスする
- ・業種は簡潔に一言で
- ・誰が見てもすぐ分かる業種名にする

「相談ごと」の見出しを入力する



先月は、こんな相談を受けました

見出しのポイント

- ・対象者が興味を持つ見出しにする
- ・誰が見てもすぐ分かる言葉にする

NGパターン

- LTVアップ → リピート紹介アップ
- 商品 → 商品開発
- 社員 → 社員の定着率アップ

相談ごとの内容を入力



先月は、こんな相談を受けました

事例

「見出し＝集客」チラシを何度も作り変えても反響率が1/15000と低い。もうチラシ集客は諦めた方がいいのかと相談。

相談ごとの内容のポイント

- ・実際にあった相談内容を入力
- ・実際にお客さんが言ったことを入力
- ・先月の相談ごとを入力(リアリティ)

画像を貼り付ける



相談ごとをイメージする画像

相談ごと部分の画像を
ネットで探す(著作権フリー)

フリー画像サイト

<http://www.photo-ac.com/>

お客さんの声



先月のお客さまからいただいた
嬉しい声、厳しい声

ポイント

- ・お客さんとツーショット写真を左に貼る
(写真がない場合は声だけにする)
- ・嬉しい声3つに厳しい声1つのバランスに
(嬉しい声だけではリアリティがない)
- ・厳しい声には対応したことを入力

画像を貼り付ける



顔写真

ポイント

- ・顔の表情がわかる正面
- ・笑顔
- ・首下まで撮る
- ・表面の写真と違う写真にする
- ・普段の仕事の服装

吹き出し



最近の出来事

例

長女が就活で内定をもらいました。「こ
娘もついに社会人か～」と感慨深いです。

ポイント

- ・自分以外の人を登場させる
- ・感情を入れる
- ・「一生懸命仕事をします」など仕事に
関することはNG
- 人柄が見える＝親近感がわく

会社情報



会社の情報

役職・名前・社名・電話番号・住所
電話受付時間、曜日を入力する

会社の地図



会社の地図

ポイント

・駅(目印になる所)から会社までの道順を入力

来店型の会社でないとしても、会社の所在を示すことでお客さんは安心する

検索窓



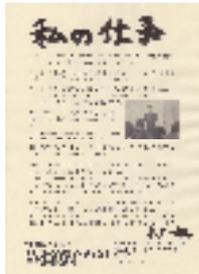
ホームページの検索窓

ポイント

・検索窓には、実際に検索をしたとき1位に出てくる名称を入力する

『メッセージチラシ』両面の完成！

表面



裏面



早速『メッセージチラシ』を
お客さんに届けよう！
