

東京



Tokyo MAKENOMON News

令和元年十一月

新聞

第01号
創刊

不定期発行(月間目標)

特集 小さな会社のチラシの作り方～AIDA(アイダ)ってなんだ？～

この「東京マケのモン新聞」では
昔から知られているマーケティング用語をわかりやすく解説し、
ニュースレターとして六本木・赤坂・虎ノ門の会社様にお届けしています。
第一回目の今号では「AIDA」をベースに「チラシの作り方」をお伝えします。
お手すきの時にご覧になって頂ければ幸いです。



赤坂と六本木のスキマにある“ちょうどいいデザイン事務所”(株)ADAが制作しています

特集

小さな会社の
チラシの作り方
AIDA
ってなんだ？

補助金を
もらえる事に
なつたので
作りました！

初めまして！当方は赤坂
と六本木のスキマにある
“ちょうどいいデザイン事務
所”(株)ADAと申します。
かねてから自社のアピール
の為にサービスレターやホー
ムページの開設をしたいと
思っていたところに「小規模
事業者持続化補助金」の存在
を知りました。良い機会だと
思い、申請書を作成し応募し
た結果、受理されたので「東
京マケのモン新聞」として、
自社のアピールの為と、皆様
に役立つ知識をお届けする為
に発行させていただきます。
また、ホームページも開設
しましたので、よろしければ
そちらもご覧ください。

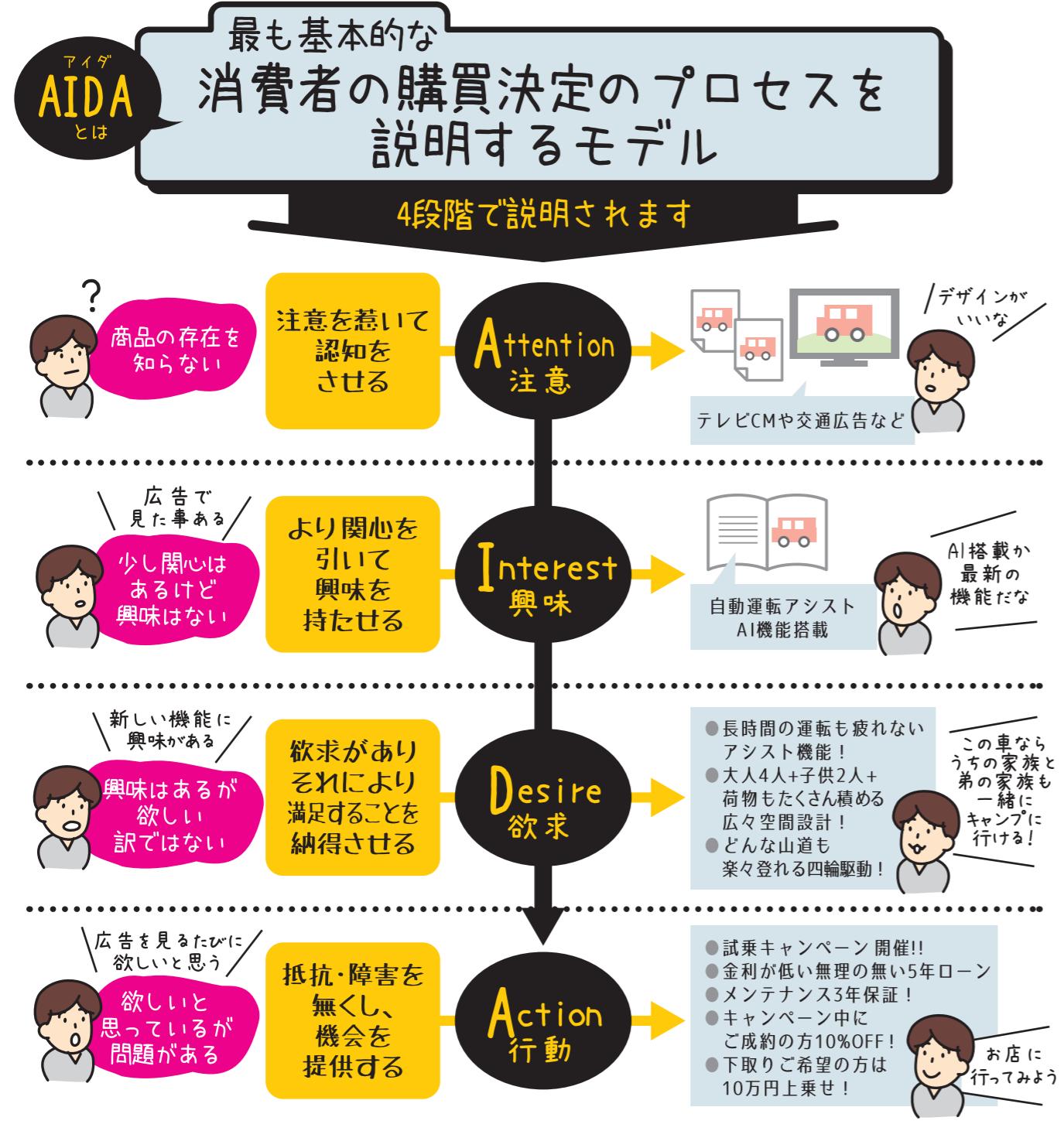
小規模事業者
持続化補助金

小さな会社の

チラシの作り方

アイダ
ってなんだ?

どこかで聞いた事があるかもしれないマーケティング用語の「AIDA」。
「AIDA」の解説とともに、チラシの作り方をお伝えします！



豆知識

『AIDA(アイダ)』は1898年にアメリカの広告業界の先駆者セント・エルモ・ルイスによってモデル化され、今日でも様々なところで活用されています。

参考文献

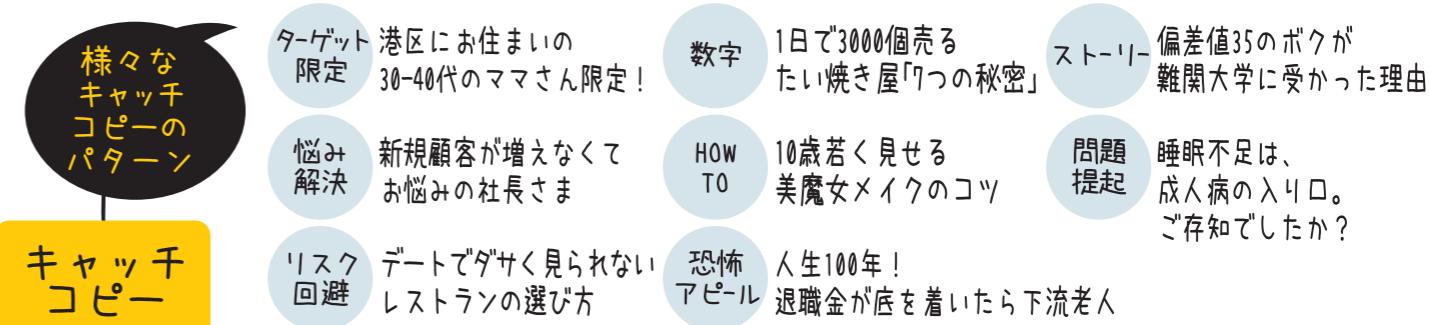
小さな会社が低予算でできる広告宣伝心理術(酒井としお)
ここから広告コピーの本当の話をします(小畠和也) 他

豆知識

最も基本である『AIDA(アイダ)』を解説していますが、他にも「Memory(記憶)」を入れ込んだ『AIDMA(アイドマ)』や、ネットを踏まえた『AISAS(アイサス)』など多様なモデルが存在します。

参考
サイト

グロービズ経営学院(mba.globis.ac.jp)
しないマーケターの戯言(iroromanabu.hatenadiary.jp) 他



キャッチ
コピー

1日で3000個売るたい焼き屋「7つの秘密」

ストーリー 偏差値35のボクが難関大学に受かった理由

10歳若く見せる美魔女メイクのコツ

問題 提起 睡眠不足は、成人病の入り口。ご存知でしたか？

Attention
注意

Interest
興味

Desire
欲求

Action
行動

手書きの経理業務をやめたい！…
パソコンが苦手な社長に朗報！
「飛鳥会計」に直結！会計専用の計算機
スーパー計算機でらく会計！

会計ソフト
「飛鳥会計」専用
パソコンに繋ぐだけ

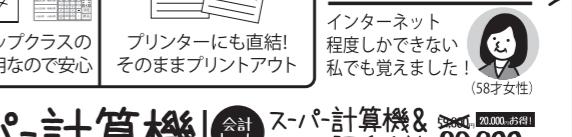
現金出納帳	現金出納帳	出金伝票	No.015
10/30	10/30	50,000円	アコス通信
売掛帳	買掛帳	前へ 次へ	
経勘定元帳	補助元帳	ON OFF M+ M- CE %	
仕分日記帳	振替伝票	7 8 9 ×	
入金伝票	出金伝票	4 5 6 -	決定
		1 2 3 +	戻る

- タッチパネル搭載
- 見やすいディスプレイ
- 押しやすいボタン

パソコン画面を見ると頭がクラクラする私でも使えました！(55才男性)

インターネット程度しかできない私でも覚えました！(58才女性)

計算機を使うように会計ソフト「飛鳥会計」に入力出来る画期的な計算機の登場です！



10/31まで期間限定キャンペーン
スープー計算機 29,800円
スープー計算機 19,800円
会計セレクト 会計ソフト「飛鳥会計」39,800円
スープー計算機 25,000円
会計セレクト 会計ソフト「飛鳥会計」&パソコン windows 79,800円

安心のサポート体制
お電話サポート
安心の3年保証
返品可能
1~3~6~12回選べるお支払い回数
先着100名様限定
2,000円バック

飛鳥会計販売 0120-000-000 ホームページ 飛鳥スーパー計算機 検索
asuka-superkeiseki.com

〇〇キャンペーン
期間を決めて決断を促す

目を惹く写真・イラストなど

アイキャッチ

リード
コピー

●本文に繋げる

本文

●「特徴」や「利点」「詳細」等

クロージング

●「保証」「サポート」「分割払い」「返品可能」等で障害をなくす

●「先着100名」や「今だけ実施」等でより早急に行動を促す

まとめ

上記のようなチラシはダイレクトレスポンス広告と言い、WEBや通販の広告などでよくご覧になるかと思います。お店を介さずに、資料請求や購買などの直接の反応を得ることに特化した広告のスタイルで、広告自体がお店であるのが特徴です。マスマーケティングと違い手を出しやすく、複数パターンの広告を実施しながら反応の結果に応じてフレッシュアップしやすい手法です。

ホームページでは様々なマーケティング用語の解説に取り組んでいます。

makenomon.jp

マークティング人物伝

日本にマークティングを導いた人物

石坂泰三

いしさか

たいぞう

アメリカをつぶさに視察した石坂は「アメリカの企業は顧客を大事に考えている。これから日本はマークティングが重要な役割を果す」と帰国後にコメントします。

実業家・第2代経済団体連合会(経団連)会長 1886~1975

財界総理と謳われた男

手腕と実績で財界の重鎮となります。

経団連会長として4期12年に渡り辣腕を振るい「財界総理」と謳われ政界にも強い影響力を及ぼし、

日本の繁栄に貢献した石坂泰三。

東京五輪、大阪万博の開催に尽力、日本の高度経済成長時代の中心人物として活躍しました。

マッカーサーを跳ね除ける胆力

昭和20年9月15日正午、GHQにより接收された第一生命館。当時、第一生命社長であった石坂の使っていた社長室をマッカーサーが引き継いで使いました。マッカーサーはこの立派な建物の主人であつた石坂に会つてみないと出頭命令に近い要請を出しましたが、石坂は「俺は行かねえよ。用があるなら、こっちに来ればいいんだ」と要請を断つたというエピソードが残っています。

戦後、公職追放された石坂泰三は浪人でしたが、追放が解かれた後、昭和24年より名門・東芝の社長に就任し、再建に尽力。その

もはや戦後ではない

昭和30年。自由民主党と日本社会党による「55年体制」が確立された年。日本は戦後復興と朝鮮戦争の軍需景気に頼らず、独自に経済成長をしていかなければならぬ新しい時代の入り口を迎えます。

翌年、経済企画庁から発表された経済白書「日本経済の成長と近代化」の序文の有名な「説もはや戦後ではない」

復興を果たした達成感と、今後の成長への不安が伺われます。

これからはマークティングが重要だ

第一生命館の接收からちょうど10年後の昭和30年9月、石坂泰三が会長を務める日本生産性本部は「トップマネージメント視察団」を立ち上げ、自ら団長としてアメリカの産業界を視察に向かい

参考資料:「石坂泰三の世界もうきみには頼まない」城山三郎

石坂泰三が時代の種

メーカー、流通業、広告界は、それぞれの立場で戦勝国アメリカのマークティングを受け入れ知恵を絞り日本に根付かせます。大量生産と大量消費を両立させた市場を作るために、広告宣传で消費者の欲望を刺激し、商品開発を行いました。

やがて小売店に代わり大型スーパーマーケットが次々に誕生し、消費者の生活も一変しました。

自動車メーカーや家電メーカーは、高度経済成長の波に乗り、内需拡大に貢献し、日本人の生活は豊かになりました。

アメリカから学んだマークティングの種は、品質と価格に強みを持つ日本製品を花開かせ、海外市場を席捲し、アメリカをも脅かす高度経済成長へと繋がりました。

いかがでしたでしょうか? 「東京マケのモン新聞」はライターとデザイナーの2人で知恵を出し合い、四苦八苦しながら作成しました。この誌面が少しでも皆様のお役に立てば幸いです。今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。 株式会社ADA 代表遠藤健太郎

刺さるコトバ

アリババ創業者 ジヤック・マーのコトバ

貧乏マインドの人々に恩くすほどこれは震だ」と非難する。

少額投資で大丈夫」というと、「じゃあ、儲からないじやん」と文句を言つ。

多額の投資が必要」というと、「そんな金ない」と文句たらたら。

新規に挑戦しよう」と誘うと、「経験がないから無理!」と諦める。

伝統的なビジネスだよ」というと、「じゃあ成功しないね!」と却下される。

新しいビジネスモデル」というと、「ああ、M-L-Mか」と決めつける。

店を経営してみたら?」などと、「自由がなくなる!」と主張。

起業してみたら?」などと、「プロじゃないから無理」と受け入れない。

貧乏マインドの人たちの共通点とは、グーグル検索が大好きで、似たような貧乏マインドの友人の話ばかり聞いて慰めあつてる。

「じゃあ、あなたは何ができるの?」

「口先だけは大学教授なみ。でも行動は、盲人以下。

彼らにこう聞いてみて。
「じゃあ、あなたは何ができるの?」

私の結論は、言い訳を熱弁して暇があつたら、もっと素早く行動に移せば良い。いつも考えてばかりいるよりも、何か実際にやってみたらどうか。

貧乏マインドの人は、ある共通点により人生失敗します。

いつも考えてばかりいるよりも、何か実際にやってみたらどうか。

自分何も行動しないからです。

マケのモン

いかがでしたでしょうか? 「東京マケのモン新聞」はライターとデザイナーの2人で知恵を出し合い、四苦八苦しながら作成しました。この誌面が少しでも皆様のお役に立てば幸いです。今後ともどうぞよろしくお願ひいたします。 株式会社ADA 代表遠藤健太郎

ご意見・お問合せは
メールにて受付

info@ada-creative.co.jp

ホームページ随時更新中

makenomon.jp

