

# 印刷物 × 商品価値分析で集客UPのお手伝い

## 集客力UPの4つのポイント



DM・販促品などの印刷物制作だけでなく  
商品価値の分析で集客の効率UPのお手伝い。

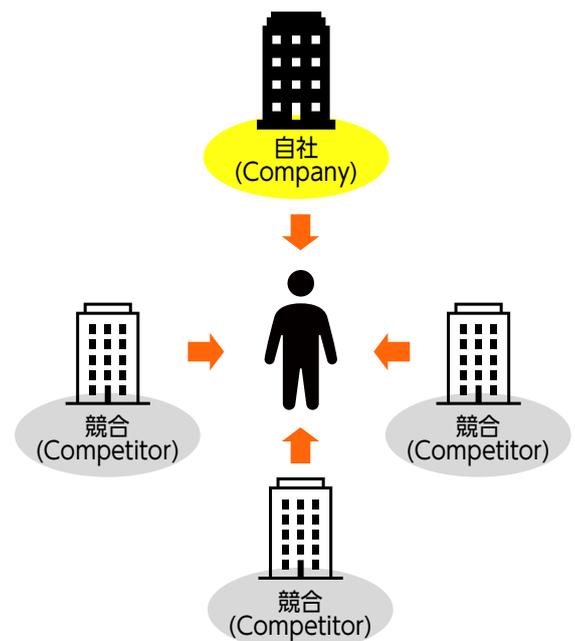
## 1. ポジショニング

### ポジショニングとは・・・

自社商品が顧客にどんな価値を提供できるか。  
顧客のニーズや競合他社などから考えます。



ターゲットに合ったサービス・  
販促品のご提案をいたします。



# 2.3C分析

## 3C分析とは・・・

顧客 (Customer)、競合他社 (Competitor)、  
自社 (Company) の視点から自社商品进行分析し  
市場を考えること。

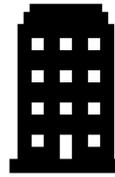


顧客のニーズを把握し、競合  
他社との差別化を図った商  
品サービスを考えることが  
できます。



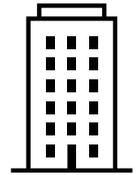
顧客  
(Customer)

どんなニーズが  
あるのか？



自社  
(Company)

ニーズに対してどんな  
サービスを提供できるか。



顧客  
(Customer)

ニーズに対して  
何を提供しているか。

## 3.3C分析 + Critical Question(批判的な問い)

### 4C分析とは・・・

3C 分析に未来の予測をプラスして + $\alpha$  の  
サービスを考えること。

**御社の強み・魅力を作り上げます。**

競合がない  
カテゴリー

B社

A社

D社

C社



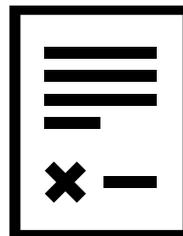
① 御社のサービスがどんな特徴を持ち、似たように  
サービスを提供する競合社を分析し視覚化。

② 御社の強みを活かし、顧客のニーズと併せて考え  
+ $\alpha$ の強みを作ります。

## 4.デザイン・制作から配送まで

ターゲットに合わせたデザインをご提案し、制作から発送まで代行いたします。

顧客に伝わる高付加価値印刷 DM で集客力 UP のお手伝いをさせていただきます。



DM だけでなくサービスや商品の効果を上げるような提案をチラシやメールで行うなど、販売促進についてもご提案いたします。



## お客様に御社の魅力伝わってますか？

### 御社



伝えたいお客様に伝えられてない

顧客データを活かしきれていない

販売促進の効果が出していない

### お客様



自分が欲しい情報がない

情報が多すぎて処理しきれない

似たようなDMやチラシばかりで読まずに捨ててしまう

# 効果的な販売促進までの流れ

① ヒアリング

ご希望をお聞きした上で販売戦略のご提案

② データ分析

ターゲットを明確にして配布顧客の絞り込み

③ 印刷

ターゲットに合った高付加価値印刷物のデザイン・制作

④ 配布

伝えたい顧客に効果的に配布

⑤ 検証

配布後のレスポンス検証を行い課題や改善点の洗い出し

※繰り返し顧客にアプローチすることでさらに効果を上げていきます。