

販売促進セミナー

# 瞬間で売れる デザインの秘密

プレゼン力・販売力を高める  
人に伝わる法則



これは何でしょう？





# 情報過多な現代・・・



情報疲れ  
脳疲労で  
脳に届かない

経営

経営

まず表紙

目次か

プロフィール

本文をチラ見

買う



会社や自分の魅力を伝えるには

アイドマ

# AIDMAの法則

**アテンション (注意・注目)**

インタレスト (興味を持つ)

デザイア (欲しくなる)

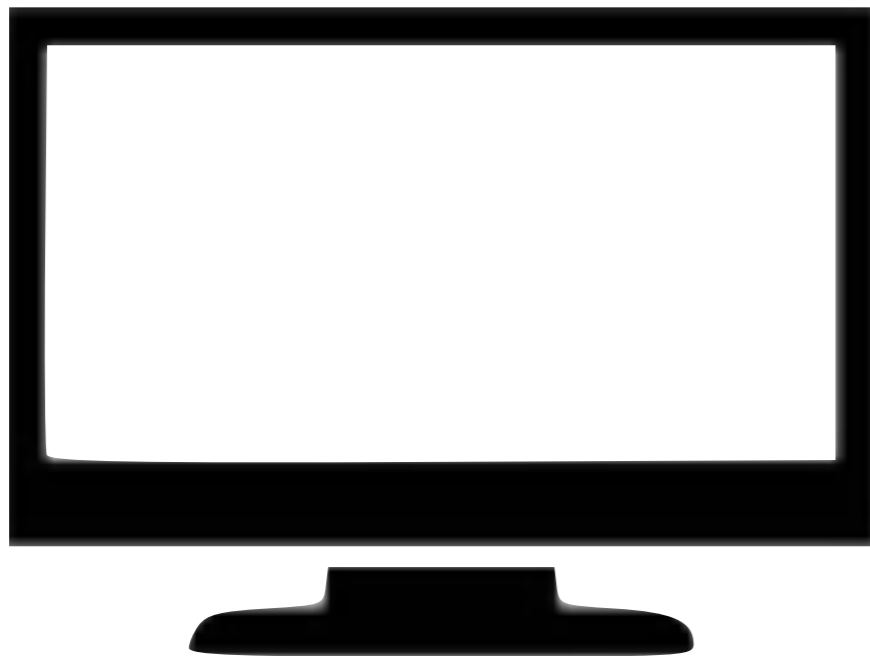
メモリー (記憶する)

アクション (行動する・買う)



# 1 日何時間くらい見えていますか？

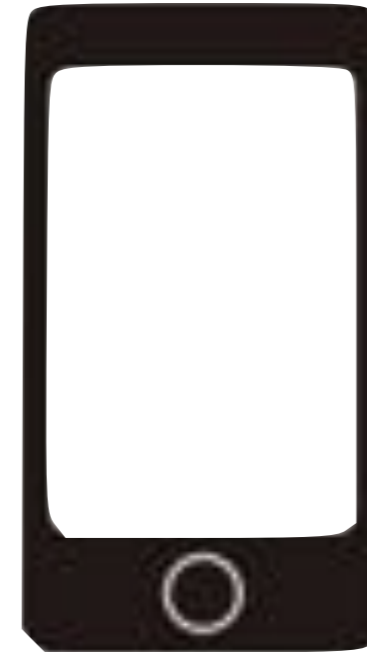
テレビ



**3時間34分**

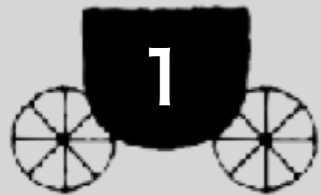
2018年6月全国個人視聴率調査から

スマホ



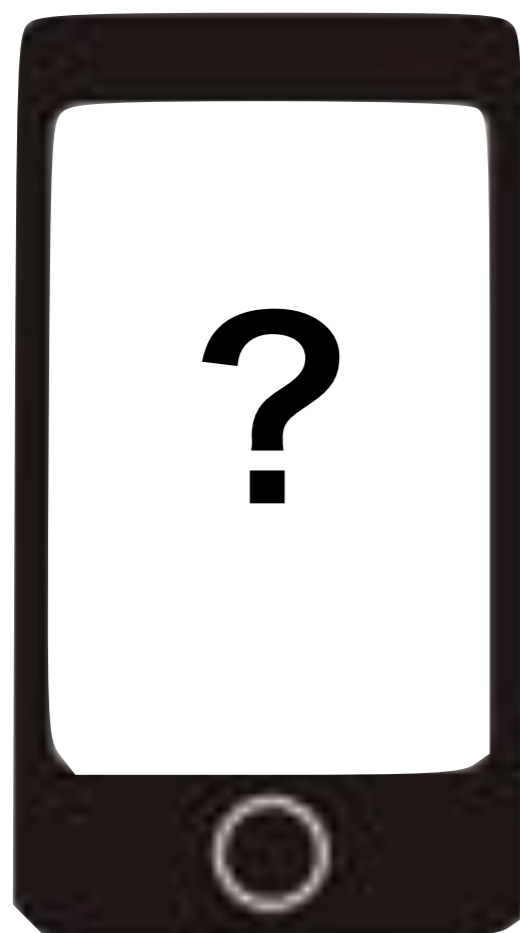
**18-34歳 3時間23分**  
**35-49歳 3時間11分**  
**50歳以上 3時間14分**

2018年5月ニールセンデジタルによる発表  
(8,000名のアクセスログ)



# ネットで効果的に伝えるには

自社WEBサイト



ファースト  
ビュー

SNS

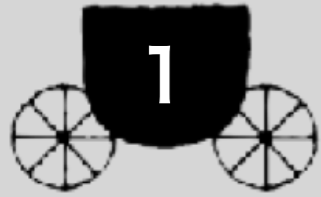


ビジュアル  
表現

グーグル検索

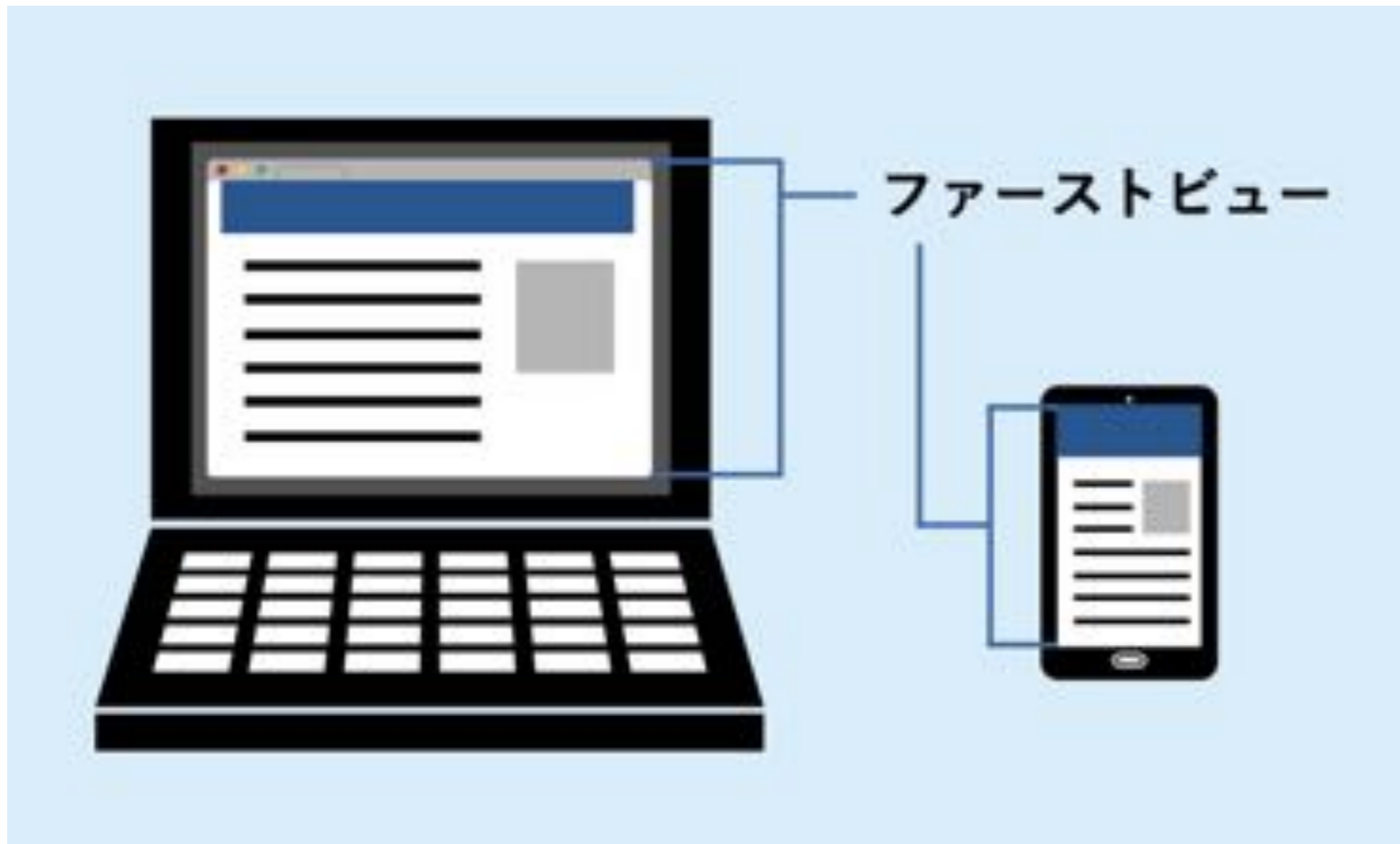


SEO

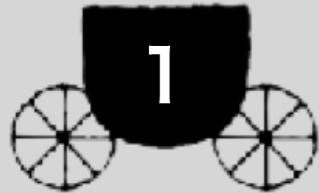


# ファーストビューとは

## 自社WEBサイト







# ファーストビューの例



Cafe

Coffee & Goods

Company



Starbucks

English

日本語

HOME TOP

Working at Starbucks

WHAT WE OFFER

新卒採用情報

第二志望採用情報

中途採用情報

アルバイト採用情報

Career

Diversity & Inclusion

Benefit

CR・CGの活用

よくあるご質問 (FAQ)

会社案内 (コーポレートサイトへ)

Starbucks Coffee Japan  
Recruiting



募集情報はこちら

応募イベント情報はこちら



# 伝わる力を高める3つのポイント

**情報過多で脳が疲れている**

**一瞬で注意を引く**

**AIDMAの法則を活用する**

# 自己紹介





# 自己紹介 - 経歴

OFFICE YourDesign

デザイナー

コンサルタント

**正木 啓 (マサキ ケイ)**

学生時代からデザインを学ぶが  
就職した会社の配属は営業  
広告代理店に約10年間務める  
株式会社パナソニックの  
マーケティング本部を担当  
2013年に起業  
一男一女の父





# 自己紹介 - WEBデザイン





# 自己紹介 - WEBデザイン

TEL 078-763-8151

『まかせる』スキルをマスターして  
業績・自分時間を増やしませんか？

- まかせるスキルをマスター
- セミナー講師として活躍
- 独立起業への道を開く

まかせる  
マネジメント  
体験講座

お問い合わせはこちら  
TEL 078-763-8151

協会メンバーの紹介

まかせる  
マネジメント  
体験講座

エントラスト  
マネジメント協会  
の認定講座ご紹介

まかせる  
人向きの講座

エントラスト  
マネジメント  
協会の認定講座



# 自己紹介 - WEBデザイン





# 自己紹介 - グラフィックデザイン

あなたオリジナルの  
**答え**を見つけましょう

どれだけ情報に溢れる時代になっても、親子、友達、恋人、夫婦、様々な関係性の中であなたが争奪するお困りごとは、あなたオリジナルです。一人だけで悩まずに専門的な知識・情報や経験を持った、結婚教育相談員と共に、あなたの未来へ向かう答えを共に学び、探り、見出していきましょう。



婚活Lab. 代表  
榎橋 美枝子



さらに結婚教育について知りたければ『結婚教育』で検索してみてください。

## Access アクセス

♥ コーゼブリーゼへのアクセス



〒530-0001 大阪市北区鶴田2丁目4-9

〒530-0001 大阪市北区鶴田2丁目4-9

HP: <http://www.breeze-breeze.jp/>



ブリーゼブリーゼ3階に、新たにオープンした「タルタルLab」内に、結婚教育Lab.ブースがあります。  
CP&CのHP: <http://tarutaru-lab.jp/>

♥ お問い合わせ先

結婚教育Lab. 事務局 榎橋 美枝子  
〒530-0001 大阪市北区鶴田山崎通100-7-203  
TEL: 06-6343-2515  
結婚教育Lab.: <http://wedding.marriedheart.com/>  
婚活Lab. & ブリーゼ: <http://gran-experience.co.jp/>



婚活  
Lab.

2018年10月5日

ブリーゼ

BREEZE BREEZE

3階にOPEN!!

結婚・恋愛を  
学びませんか?



KONIKU Lab.

結婚教育





# 自己紹介 - グラフィックデザイン





# 自己紹介 - グラフィックデザイン



高級お刺身屋 一番 一統 (ichiyoshi) へは  
神子、熟成、天然珍海魚と旬のオーガニック野菜を中心とし、  
色んな素材やアイスを駆使して仕上げるようなことも  
ぜひお楽しみ下さい。

**宝の星コース (17~18品) 5,000円** (税別)

一番お料理を少し堪能していただくおコースです。  
お刺身7品、天然珍海魚お造り3品、オーガニック野菜料理、季節  
お漬物、お味噌汁、お豆腐、お茶、デザート、おデザート。  
おデザート、おデザート、おデザート、おデザート。

**星海登山コース (15~17品) 7,000円** (税別)

お刺身7品、天然珍海魚お造り3品、オーガニック野菜料理、季節  
お漬物、お味噌汁、お豆腐、お茶、デザート、おデザート。  
おデザート、おデザート、おデザート、おデザート。

**一番コース (15~17品) 10,000円** (税別)

コースの概要は下記のとおりです。

**完全予約制 法善コース 15,000円~** (税別)

お刺身7品、天然珍海魚お造り3品、オーガニック野菜料理、季節  
お漬物、お味噌汁、お豆腐、お茶、デザート、おデザート。  
おデザート、おデザート、おデザート、おデザート。

法善寺横丁には  
忘れかけた何かが...



高級お刺身屋 一番 一統 (ichiyoshi) へは  
神子、熟成、天然珍海魚と旬のオーガニック野菜を中心とし、  
色んな素材やアイスを駆使して仕上げるようなことも  
ぜひお楽しみ下さい。

【営業時間】

昼 12:00~14:00 (ランチのみ営業)

夜 17:00~22:00

【予約】 予約可

お刺身 7品、お刺身 3品、お刺身 3品



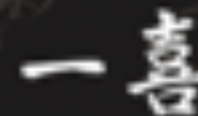
九段中法善寺 法善寺 1-7-10  
六本木一丁目 法善寺 1-7-10  
予約電話: 03-4709-4902  
www.ichiyoshi.com



神子、熟成、天然珍海魚  
旬のオーガニック野菜



魚貝  
小皿和食



ichiyoshi



# 自己紹介 - アート





# 自己紹介 - アート





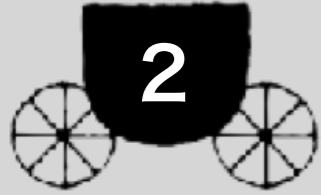
## 今日のセミナー内容

# 売れるデザインと心理学

1. 伝わる力を高める3つのポイント
2. 注目してもらおうデザイン
3. 覚えてもらおうデザイン
4. コミュニケーション力を高めるデザイン
5. お客様から選ばれるデザイン
6. デザインの不思議な力

# 2. 注目してもらおう デザイン





## 注目してもらおうデザイン

アイドマ

# AIDMAの法則

**アテンション (注意・注目)**

インタレスト (興味を持つ)

デザイア (欲しくなる)

メモリー (記憶する)

アクション (行動する・買う)

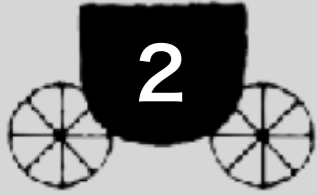


## デザインの事例（2018年売れた本）



※日本出版販売株式会社（日販）が発表する2018年の年間ベストセラーの総合ランキングより





## デザインの事例



※商業界POP大賞より



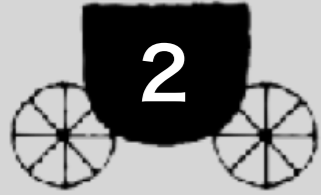
## デザインの事例





## デザインの事例





## 注目してもらおうデザイン



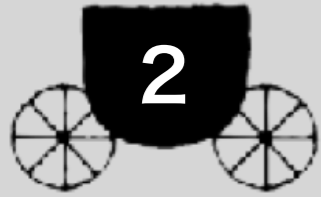
人の写真



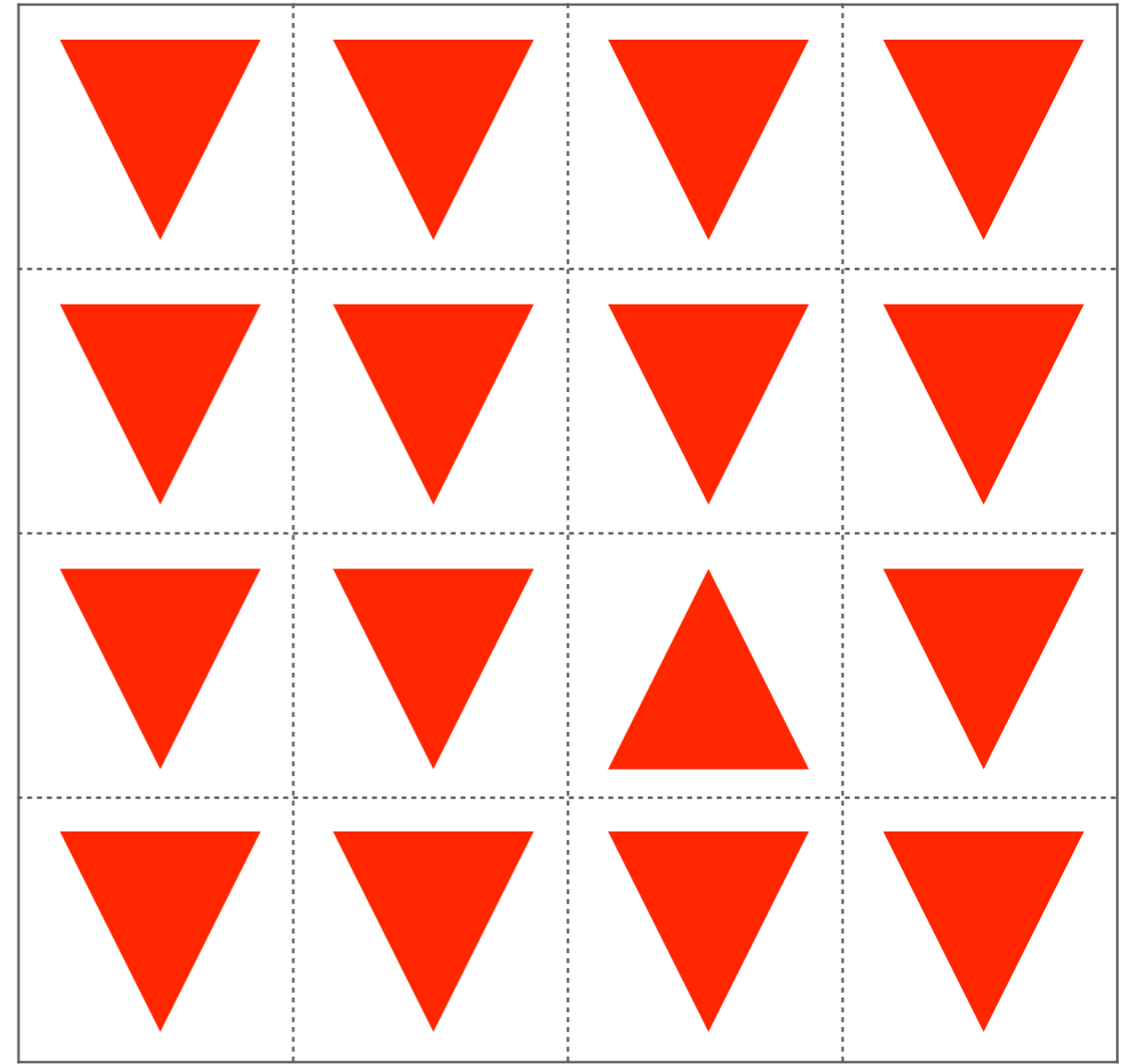
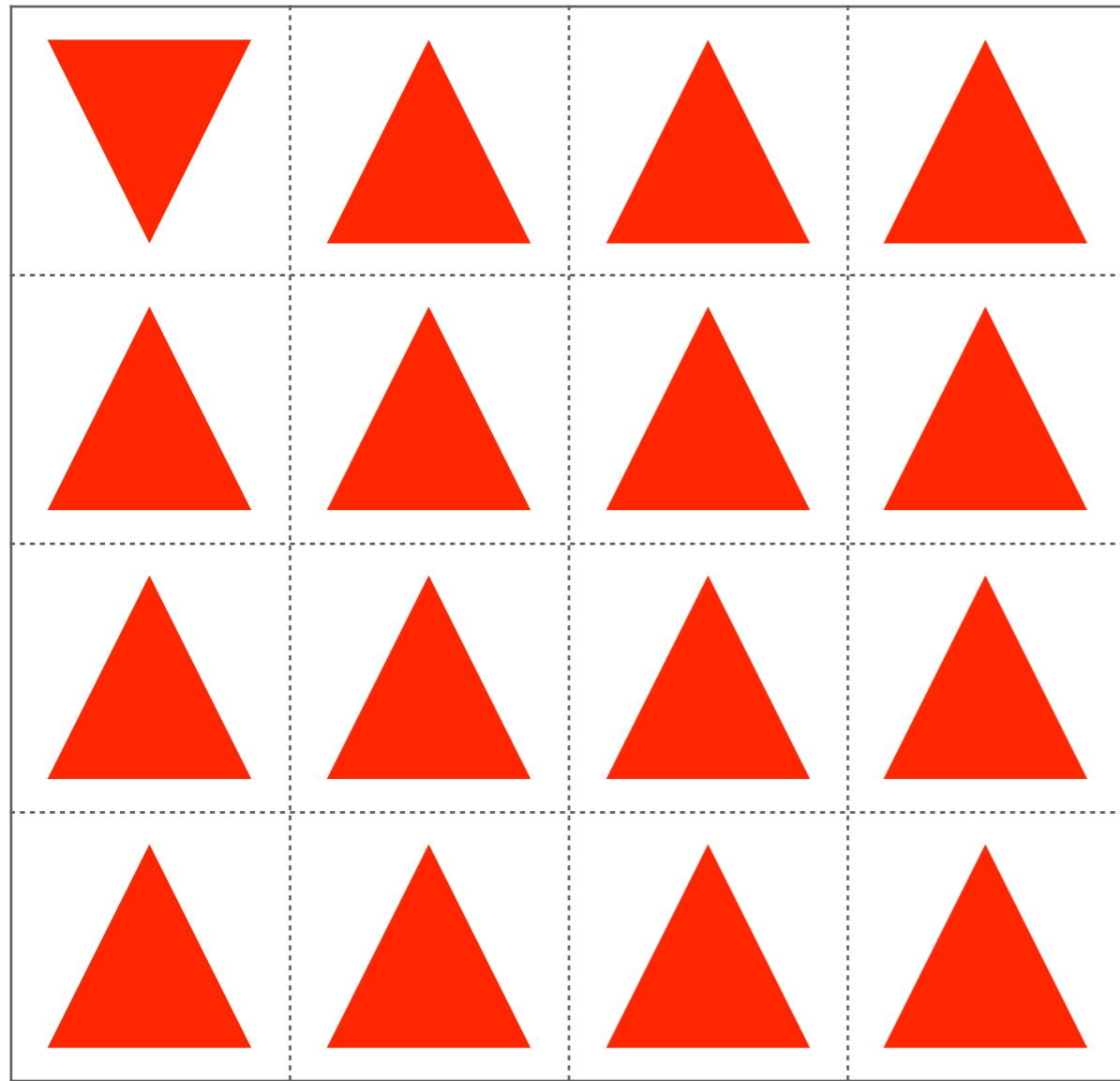
イラスト

手書き文字  
手書き文字

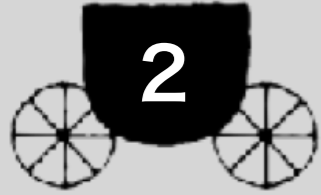
『シミュラクラ現象』人は他人や動物に出会った場合、敵味方を判断したり、相手の行動、感情などを予測したりする目的で本能的にまず、相手の目を見る習性があるとされている。



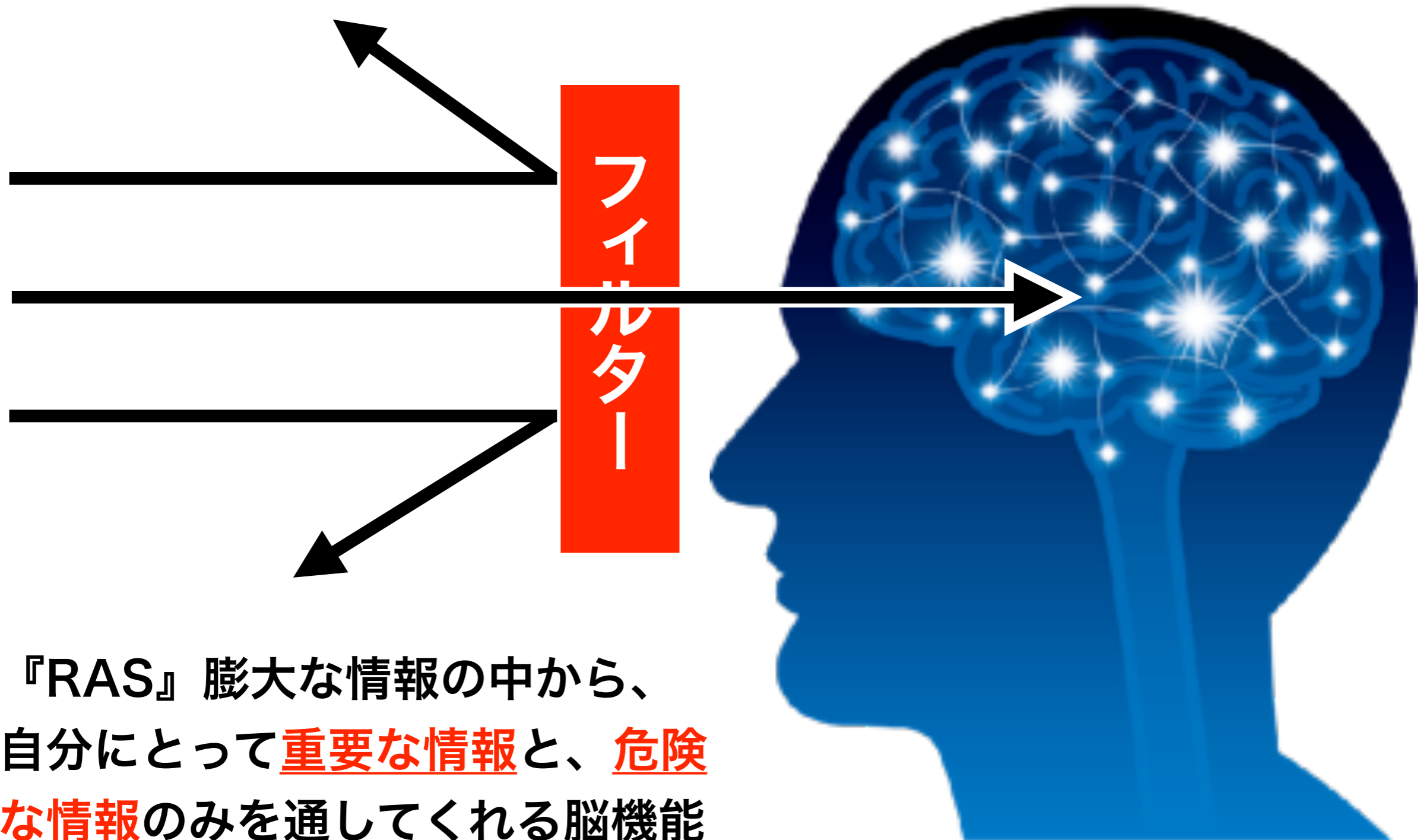
## 脳が自動的に反応してしまうデザイン



『DPTS効果』 逆三角形が、人の怒った顔や鋭く尖ったものなど危険なものと結びつくことが理由だと考えられている。

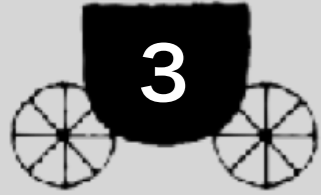


## 脳の情報フィルターシステム



# 3. 覚えてもらう デザイン





## 覚えてもらうデザイン

アイドマ

# AIDMAの法則

アテンション（注意・注目）

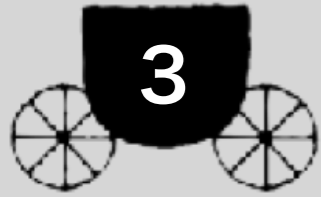
インタレスト（興味を持つ）

デザイア（欲しくなる）

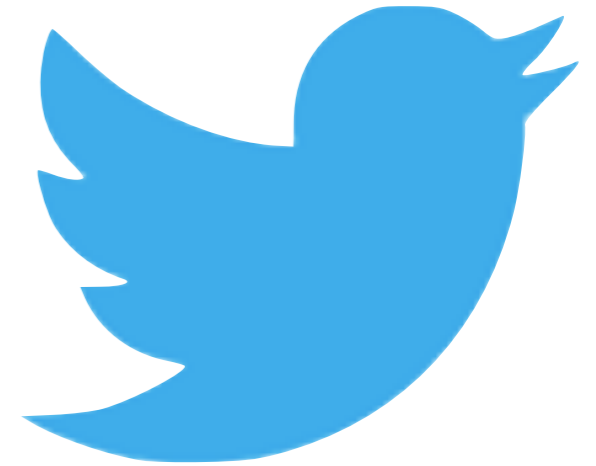
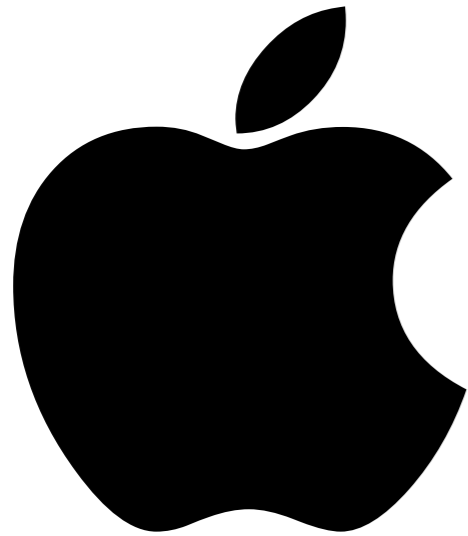
**メモリー（記憶する）**

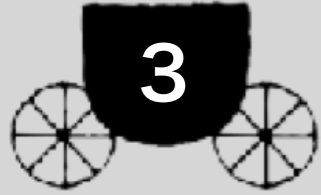
アクション（行動する・買う）



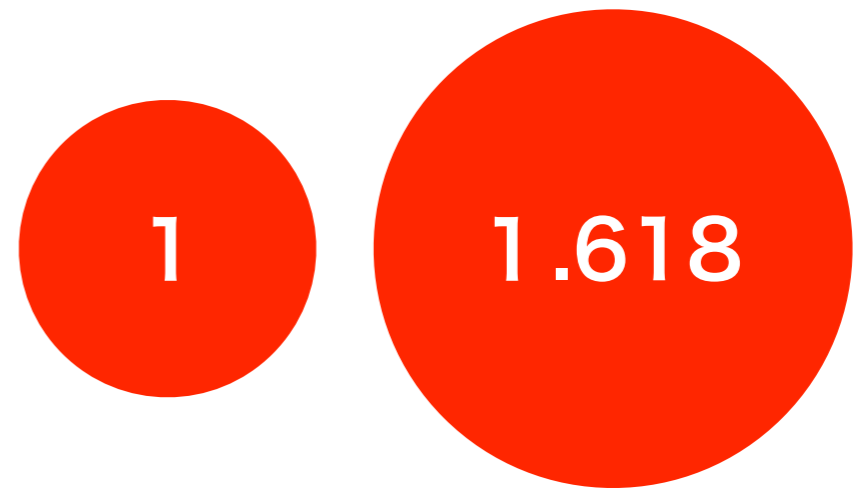
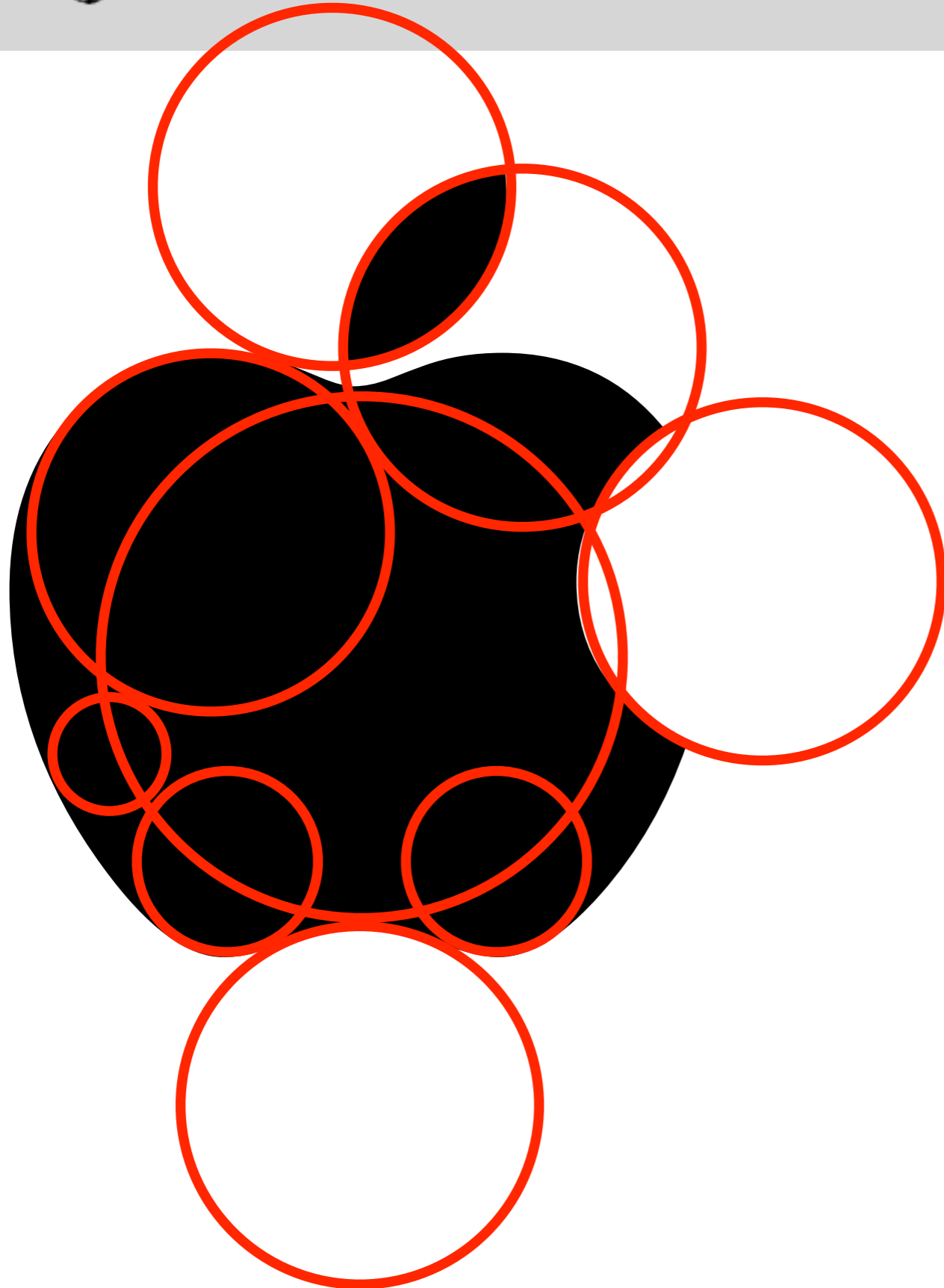


# 同じ法則を使ったロゴがあります

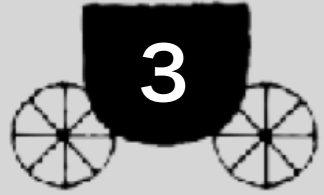




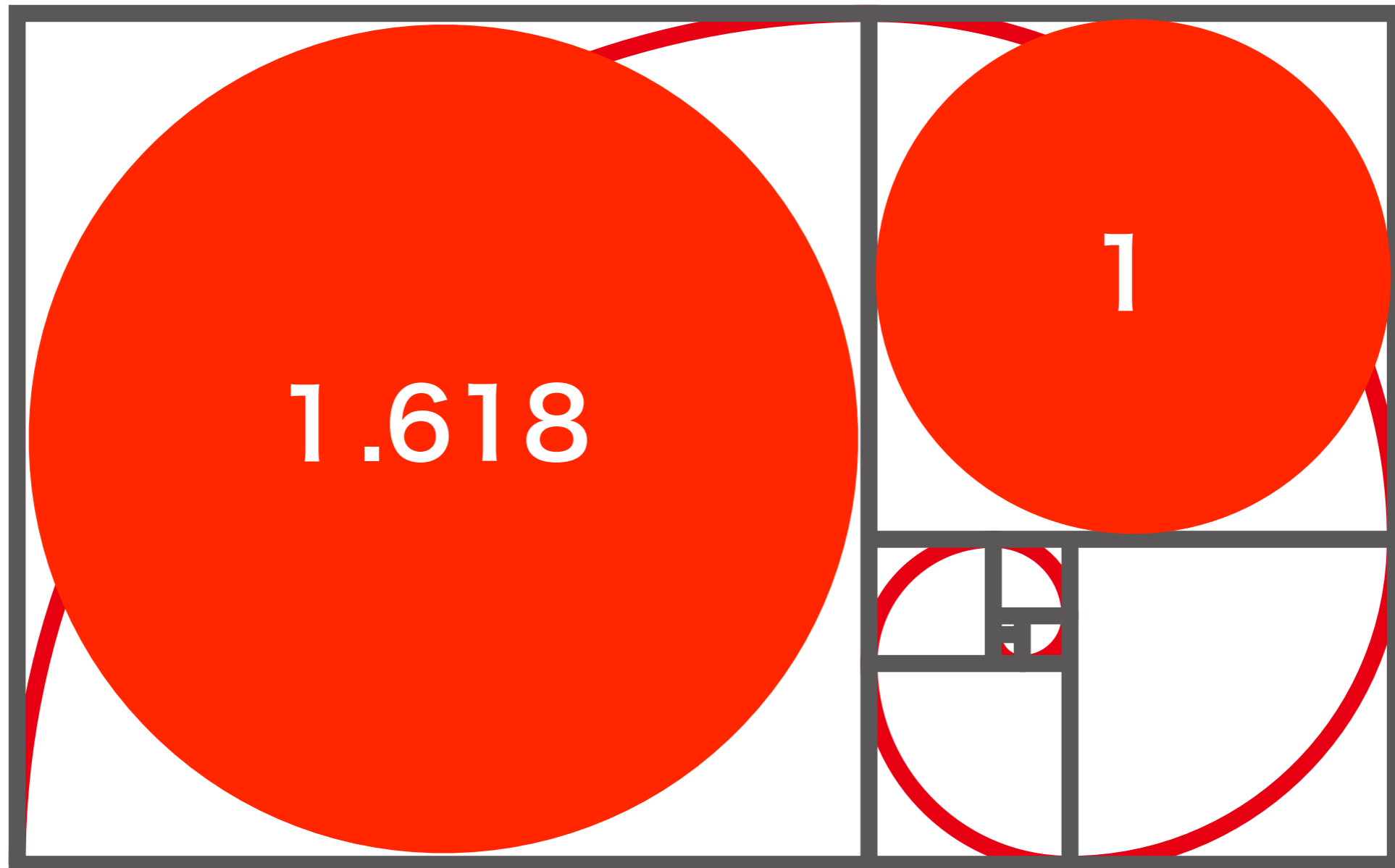
# アップルのロゴに使われている法則

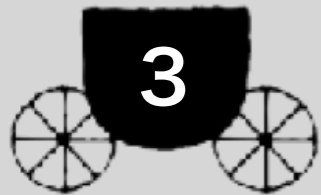


全ての円が  
1 : 1.618 という  
比率で作られている

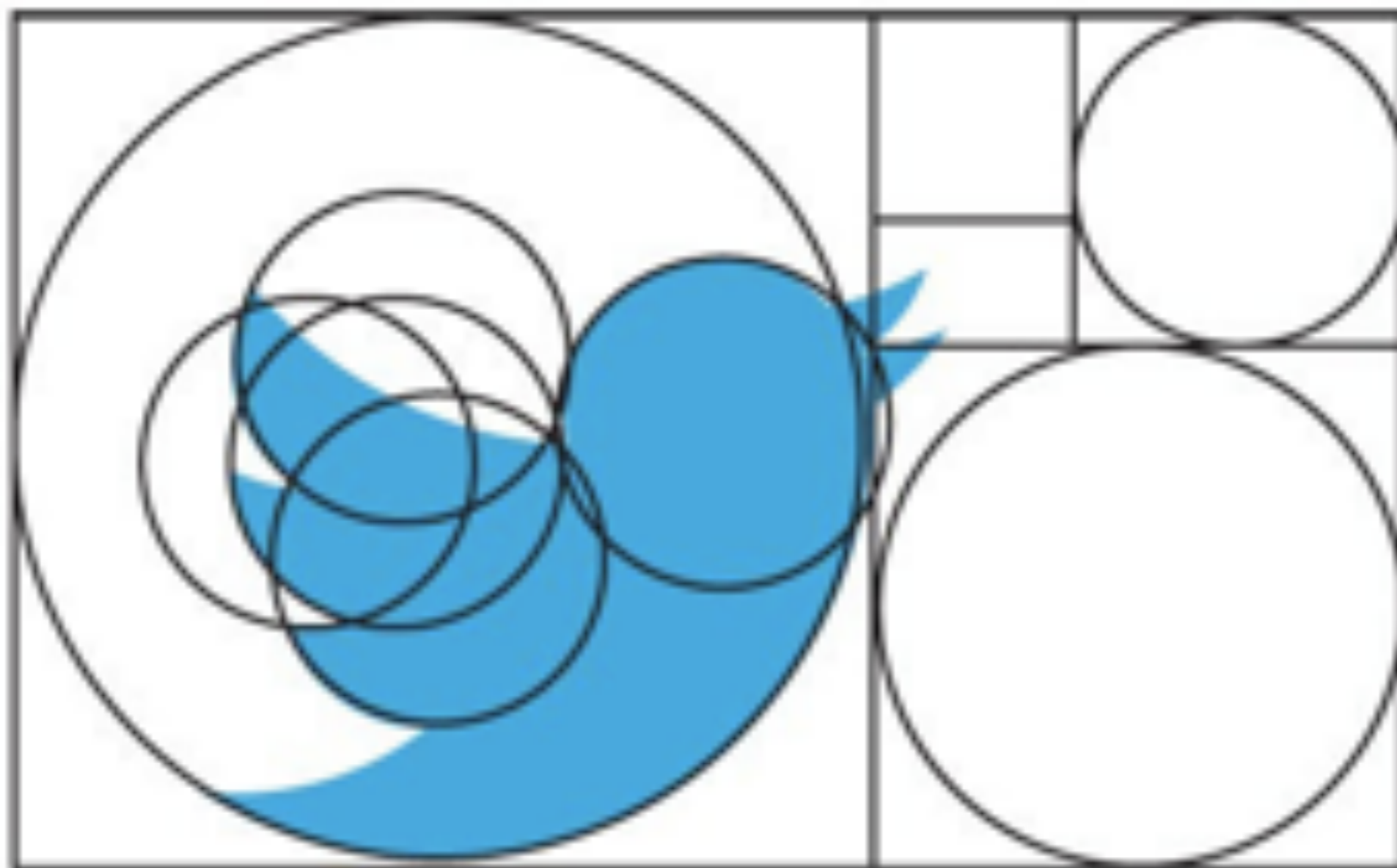


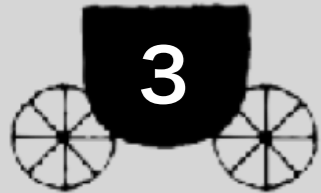
# 1 : 1.618の黄金比



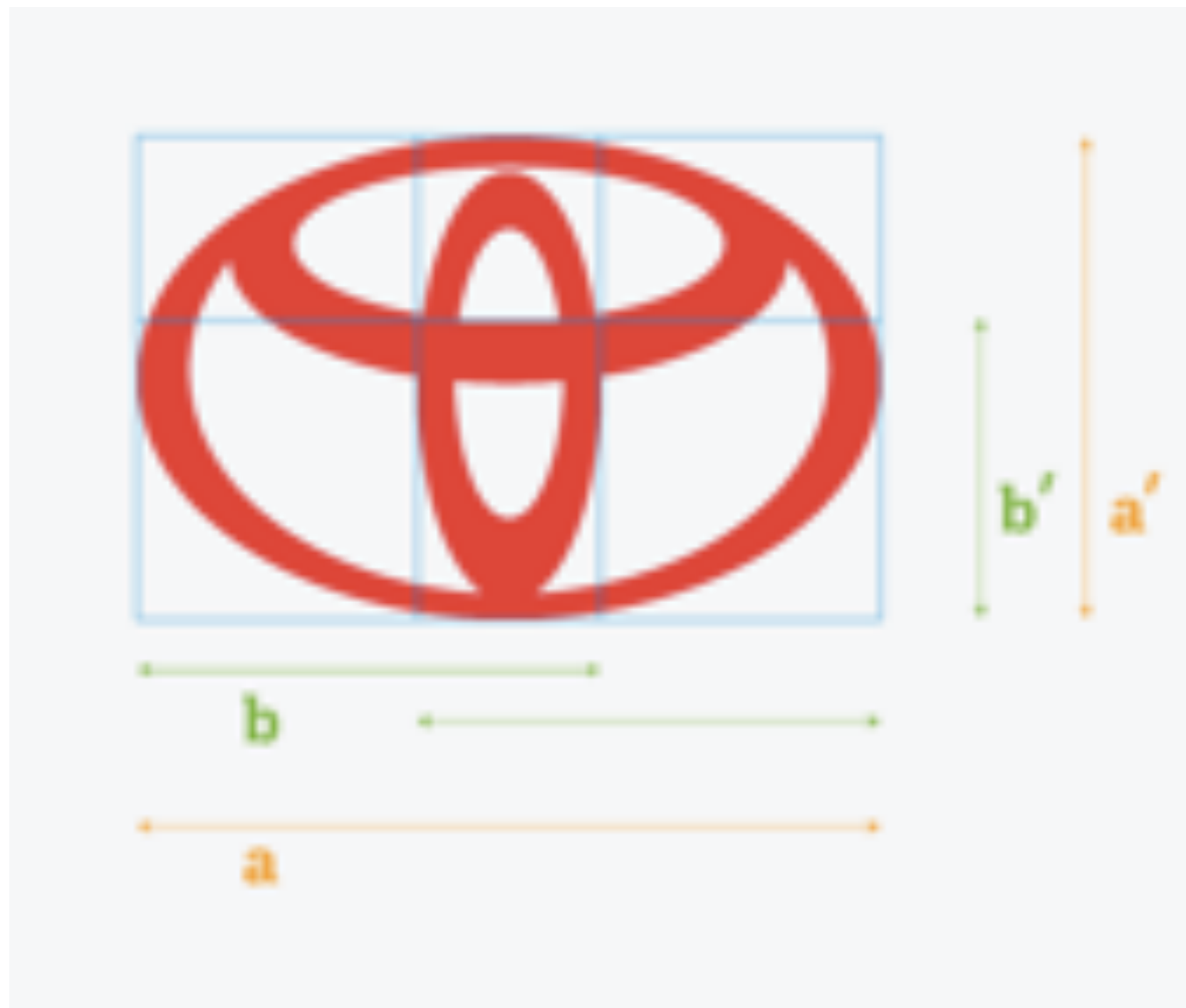


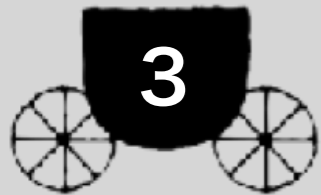
# ロゴに使われている黄金比の法則



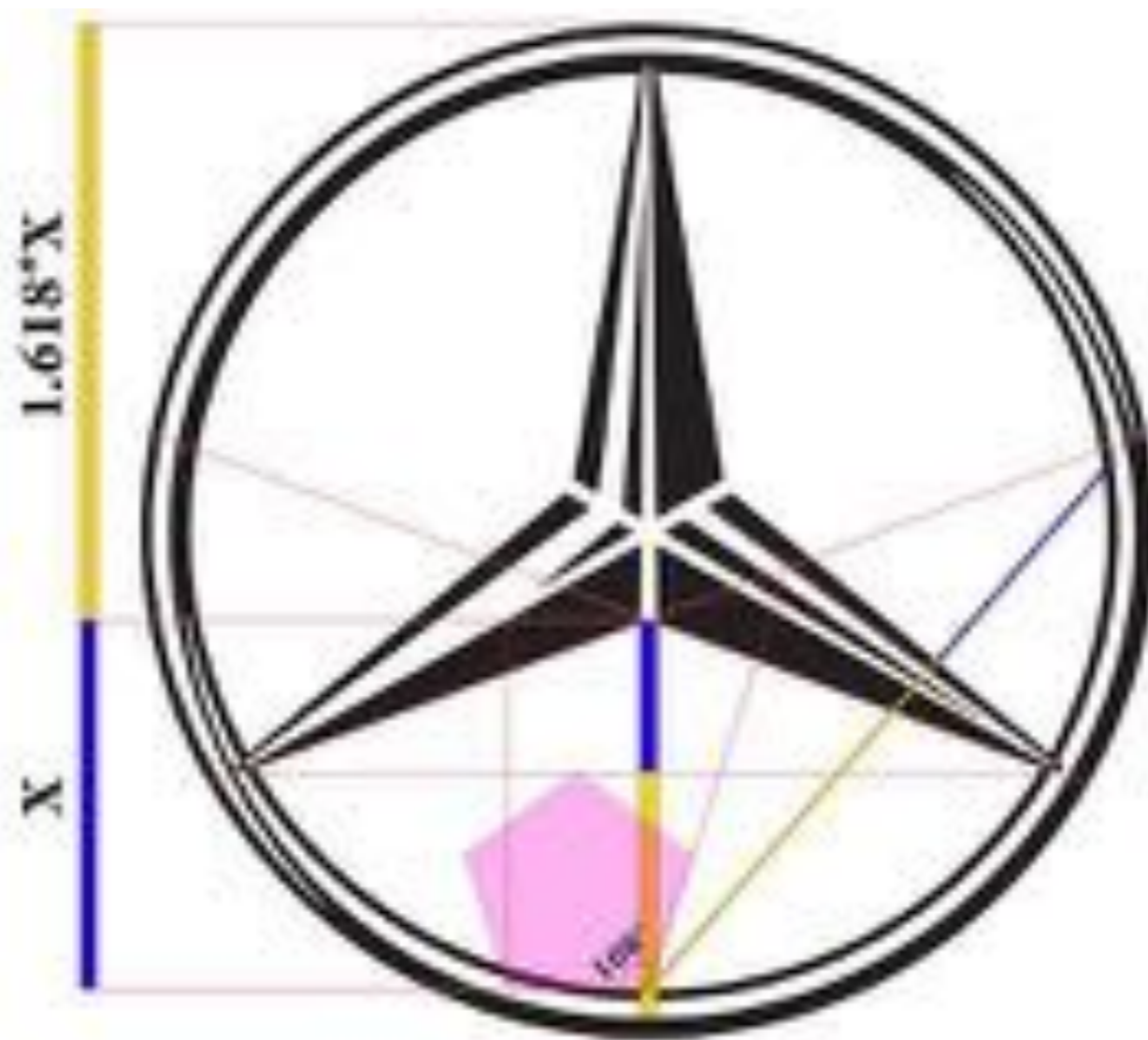


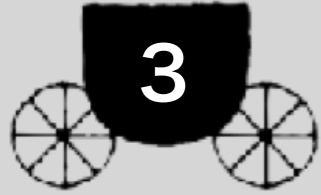
# ロゴに使われている黄金比の法則



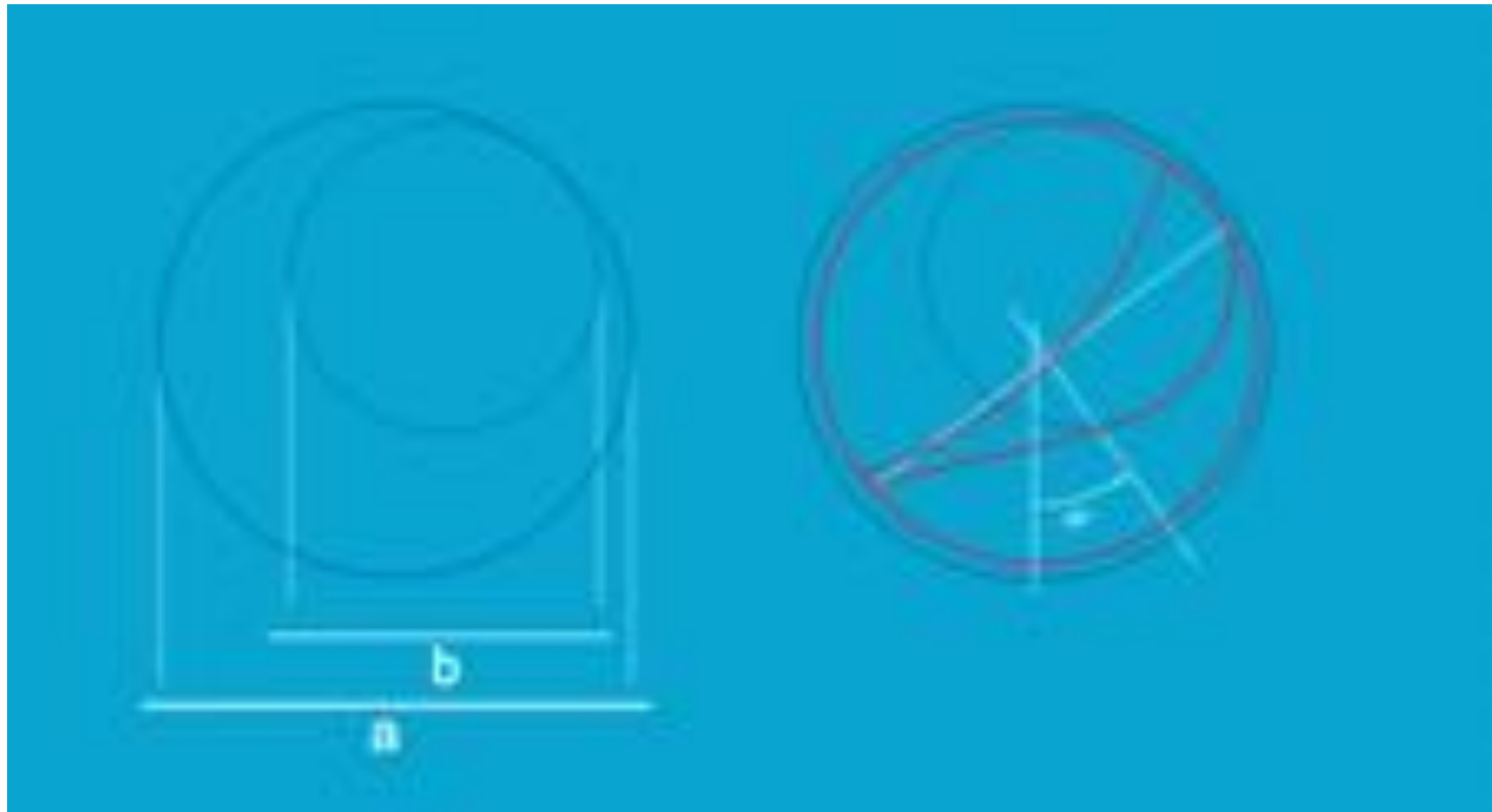


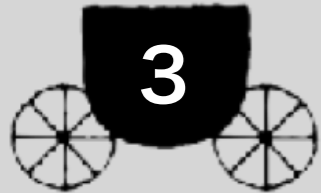
# ロゴに使われている黄金比の法則





# ロゴに使われている黄金比の法則

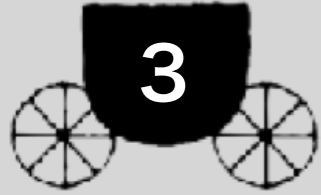




# 昔のアップルは全然違うロゴだった







## 覚えられるメリット

**選ばられる確率が高まる。**

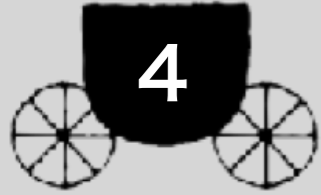
**必要になった時に思い出してもらええる。**

**会社や店に信頼感をもってもらええる。**

**ガイアンス効果**

# 4. コミュニケーション力 を高めるデザイン





# コミュニケーション力を高めるデザイン

アイドマ

## AIDMAの法則

アテンション（注意・注目）

インタレスト（興味を持つ）

デザイア（欲しくなる）

メモリー（記憶する）

アクション（行動する・買う）



# 人は○○で情報を入力している

視覚



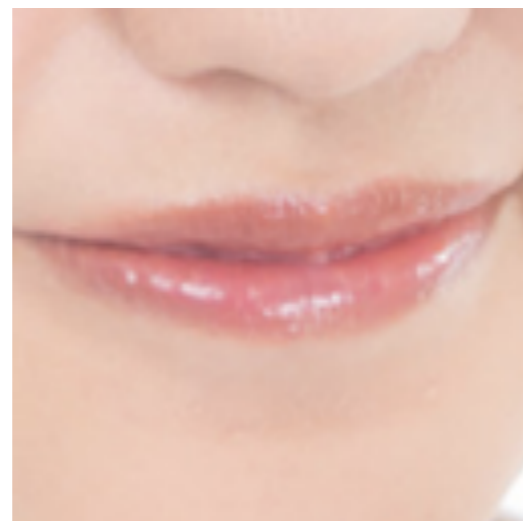
聴覚



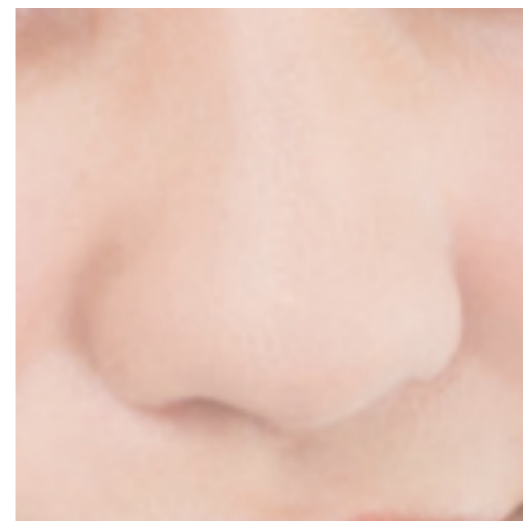
触覚



味覚



嗅覚



**広告宣伝  
活動では  
特に視覚**



## あなたはどの感覚が優位？

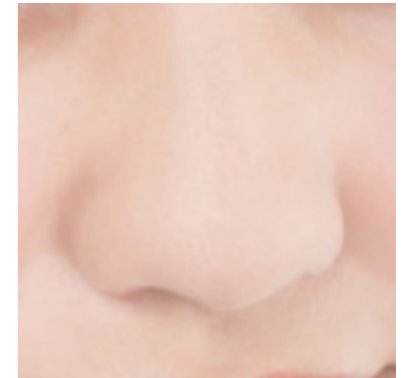
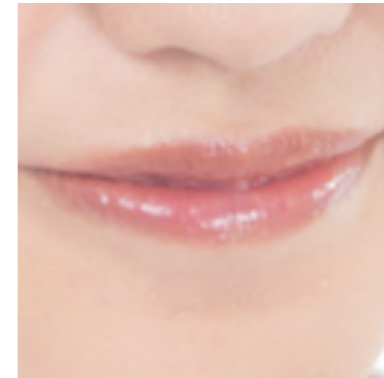
視覚



聴覚



身体感覚



人の話がわかりにくい時にどんな表現をするか？

- 話が見えてこない（視覚優位）
- 何を言っているのかわからない（聴覚優位）
- 話がつかめない（身体感覚優位）



## 視覚優位の人の特徴



- 見る、見えない
- ビジョン
- 見通し
- 焦点を合わせる
- イメージ

デザインや外見重視。頭に描いているイメージを比較的早口で説明しようとする。



## 聴覚優位の人の特徴

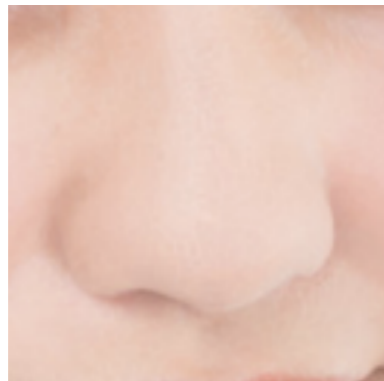
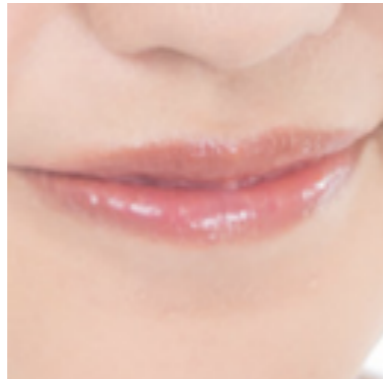


- 聞く
- 響く、共鳴
- ガヤガヤ（擬音）
- ああ～（感嘆）
- 誰かの言ったセリフ

論理や権威性を重視。雑音があると集中できない  
声の調子や言葉に反応しやすい。



## 4 身体感覚優位の人の特徴



- 感じる
- なんか気持ち悪い
- 胸に刺さる
- 腹に落ちる
- フワフワ等

感覚重視。居心地の良さ、肌触りなど  
身体で感じながら話すのでスピードはゆっくり





## 周りの人のタイプ分け



**視覚  
優位  
タイプ**

デザインや外見重視  
頭に描いているイ  
メージを比較的  
早口で説明する。

クライアントAさん



**聴覚  
優位  
タイプ**

論理や権威性を重視  
雑音があると集中で  
きない声の調子や言  
葉に反応しやすい。

部下Bさん



**身体感覚  
優位  
タイプ**

感覚重視。居心地の  
良さ、肌触りなど  
身体で感じながら  
ゆっくり話す

自分



## コミュニケーションエラーの例



視覚  
優位  
タイプ

VS



身体感覚  
優位  
タイプ

イメージを見ながら  
話すのが早い

絵が見えるように  
伝えて欲しい

身体で感じながら  
聞くのもゆっくり

胸が熱くなるような  
感覚を伝えたい



# お客さんに興味をもってもらうには



**視覚  
優位  
タイプ**

**デザインや外見重視**  
商品を所有して楽しんでいる生活をイメージさせる。



**聴覚  
優位  
タイプ**

**論理や権威性を重視**  
〇〇賞受賞  
有名人も愛用  
科学的に証明



**身体感覚  
優位  
タイプ**

**感覚重視**  
触れてもらう  
体験モニター  
フワフワなど擬音

**視覚・聴覚・身体感覚それぞれに  
伝わるアプローチを取り入れると効果的**



# 色の心理的な影響

**赤**

情熱  
エネルギー  
怒り

**緑**

自然  
成長  
健康

**青**

鎮静  
信頼  
悲しみ

**橙**

ポジティブ  
健康  
喜び

**紫**

スピリチュアル  
癒し  
高貴

**ピンク**

愛情  
恋愛  
女性

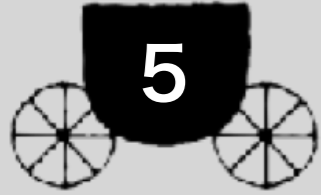


## 興味を持ってもらうには

**視覚・聴覚・身体感覚の  
人による違いを理解して  
伝わるように表現する**

# 5. お客様から 選ばれるデザイン





# お客様から選ばれるデザイン

アイドマ

## AIDMAの法則

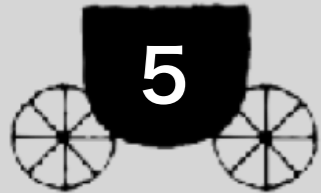
アテンション（注意・注目）

インタレスト（興味を持つ）

デザイア（欲しくなる）

メモリー（記憶する）

**アクション（行動する・買う）**

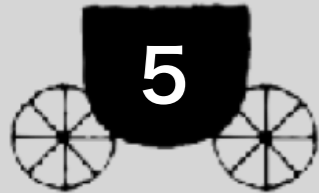


## お客様はどんな人か (例)

# 赤ちゃんがいるお母さん

- 注目する情報 → 赤ちゃんの健康に役立つ情報
- 興味を持つ → 赤ちゃんにいいものは○○○
- 欲しくなる → 使うと赤ちゃんの健康が守れる
- 記憶する → 覚えやすいネーミングやロゴ
- 行動する → お試し体験

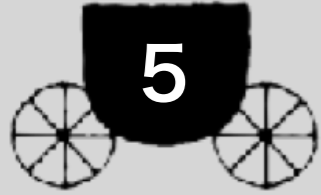




## 5 訴求例

- 赤ちゃんの健康に役立つ情報 → 健康な肌は
- 赤ちゃんにいいものは○○○ → 弱酸性
- 使うと赤ちゃんの健康が守れる → 素肌を守る
- 覚えやすいネーミングやロゴ → ビオレママ
- お試し体験 → 試供品

赤ちゃんに優しいママになれている自分に満足



## 販促の超基本は

# 誰に何を伝えるか。

**あなたが伝えたい人は誰？**

**注目を引く情報は？**

**興味を持つ（知りたい）情報は？**

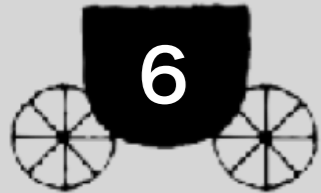
**欲しくなってもらうための工夫は？**

**覚えてもらうための工夫は？**

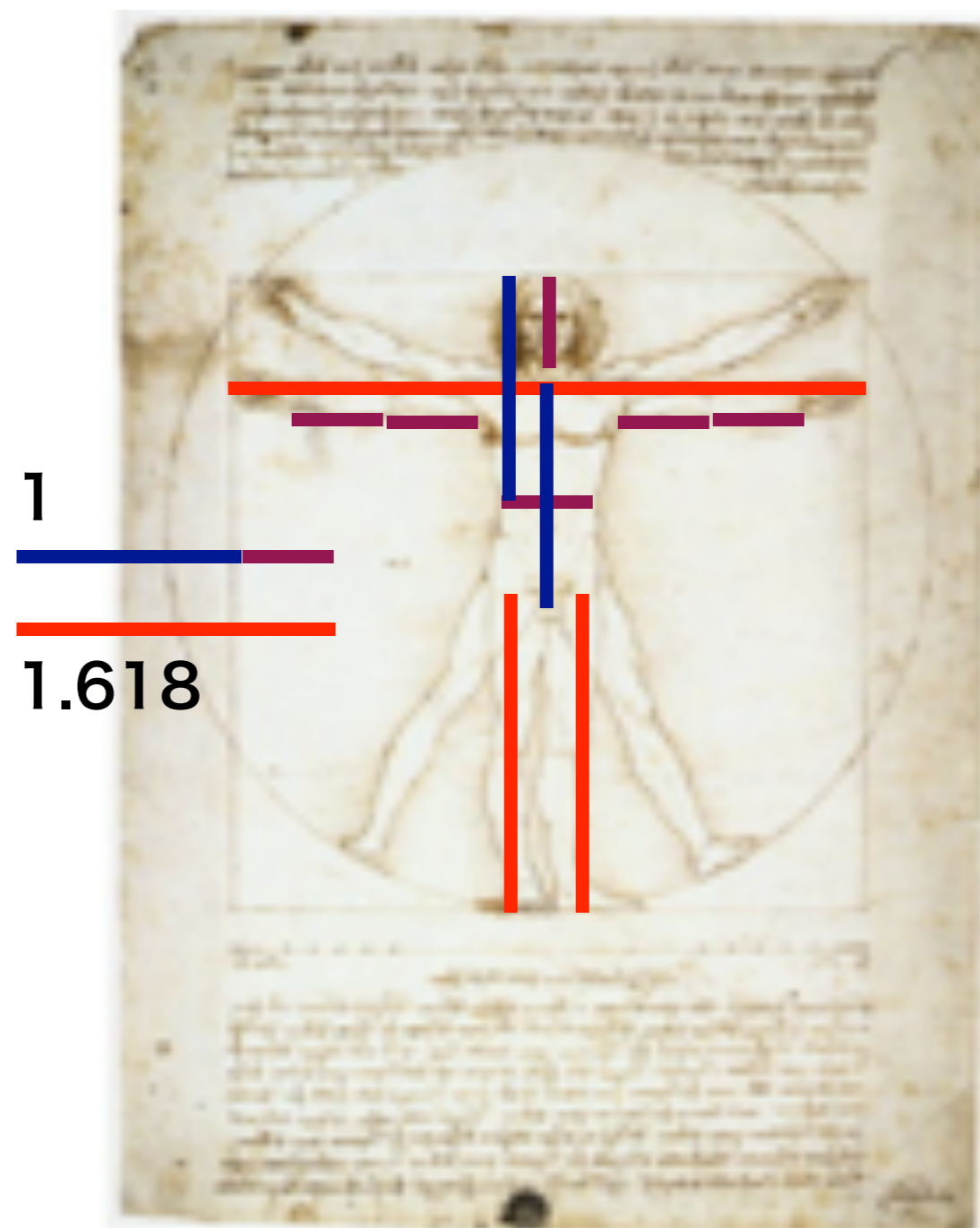
**どんな行動をしてほしいか？**

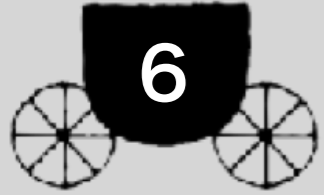
# 6. デザインの 不思議な力





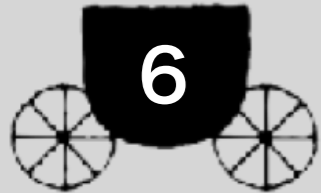
# 映画ダビンチコードより



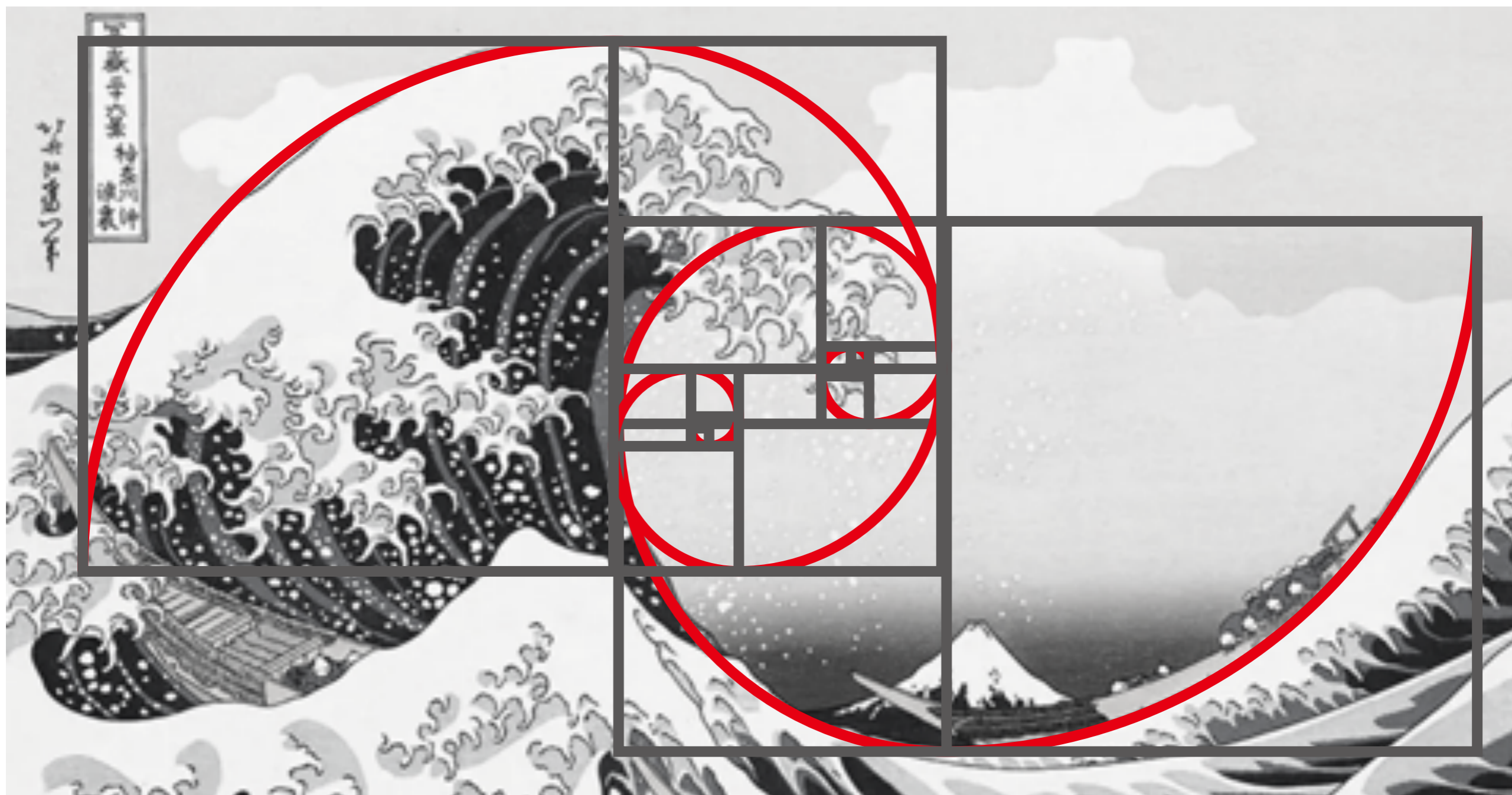


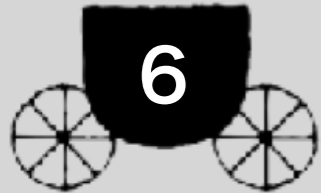
# 黄金比とアート





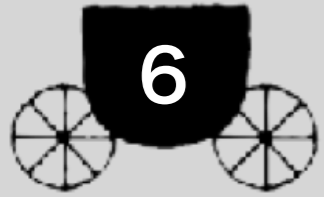
# 黄金比とアート



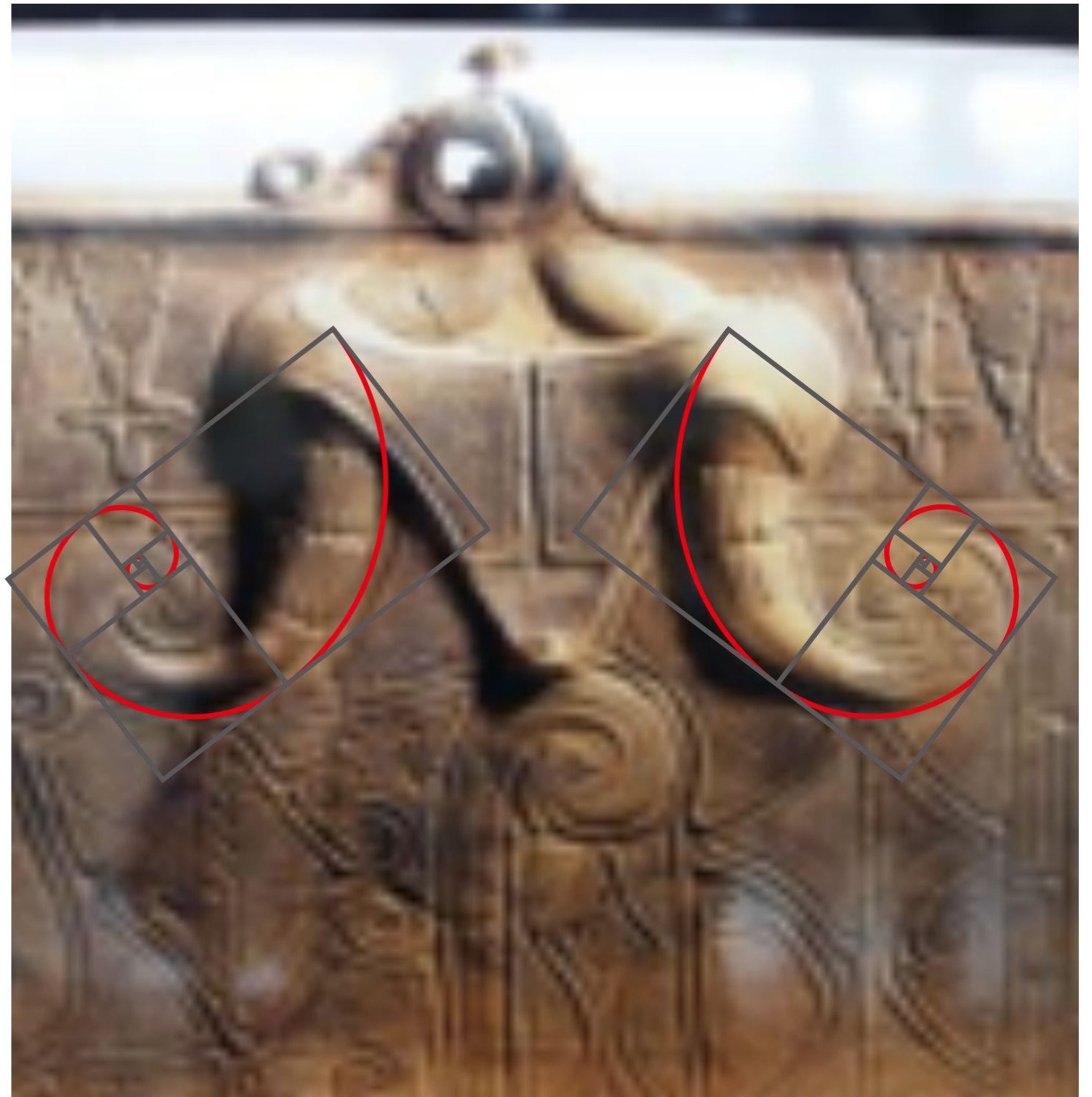


# 黄金比と古代遺跡

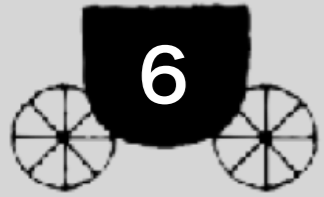




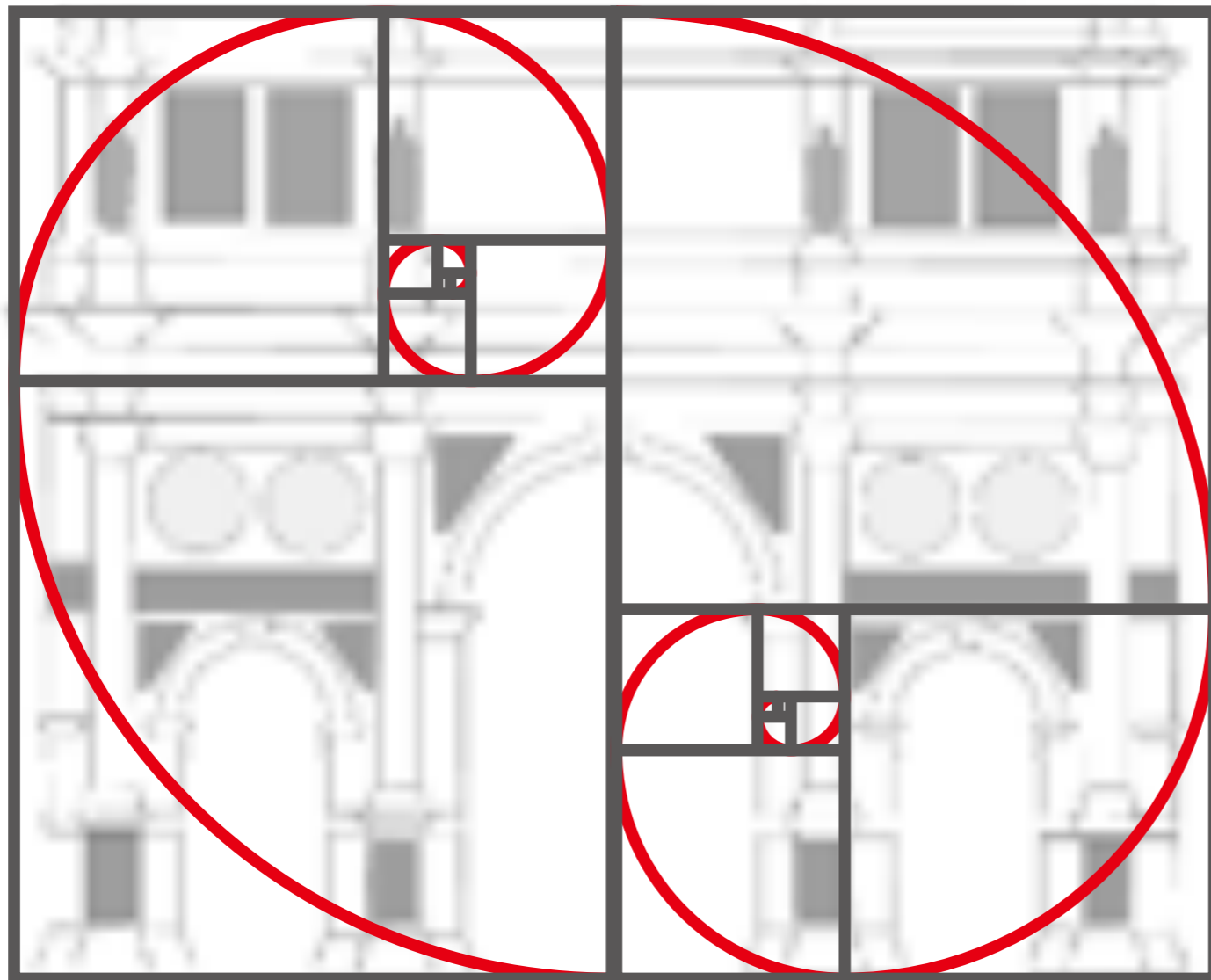
# 黄金比と古代遺跡

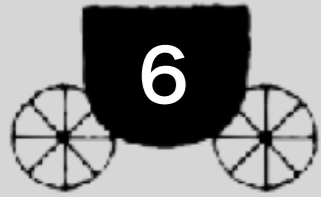




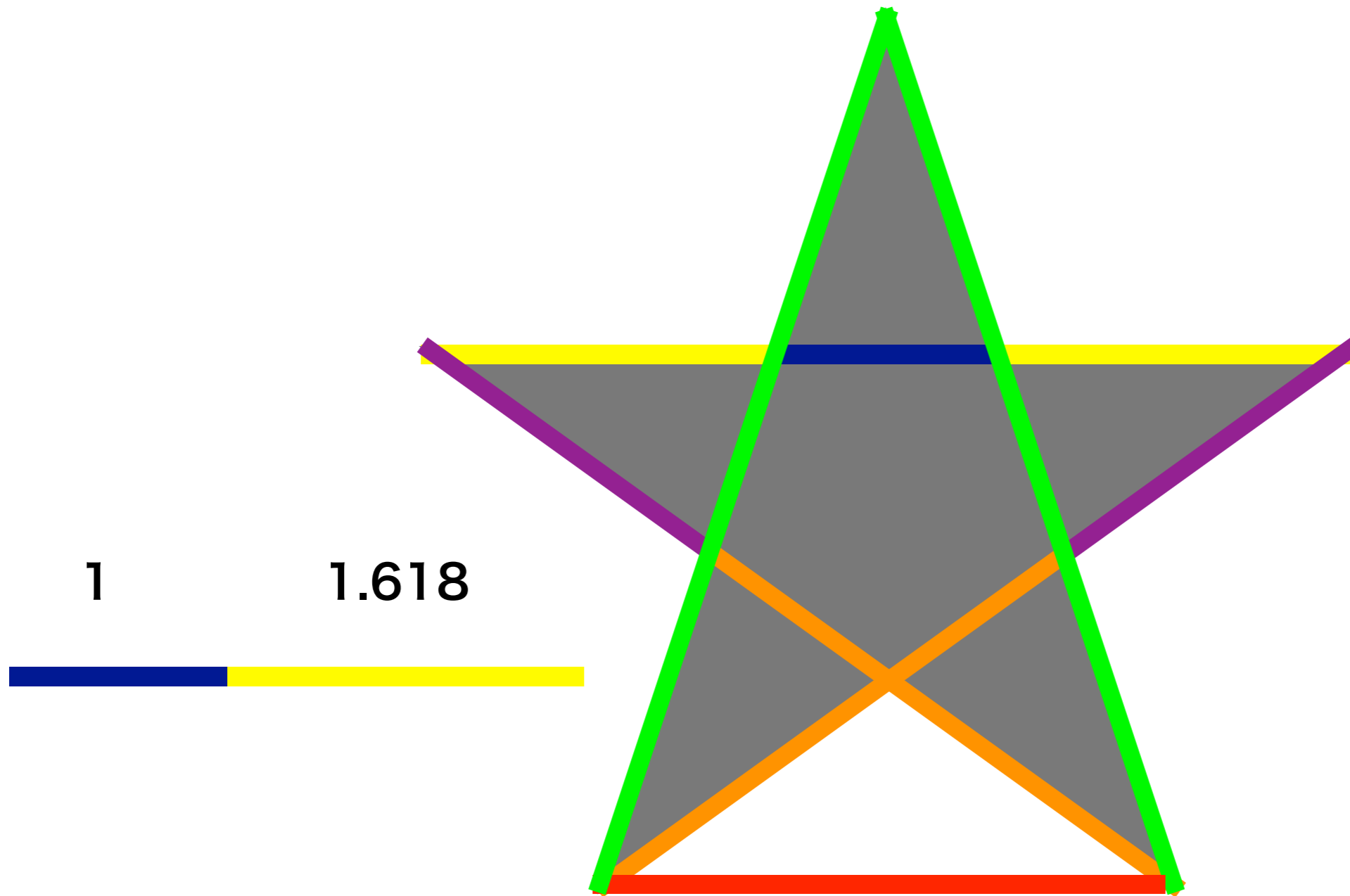


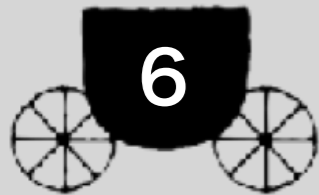
# 黄金比と古代建築



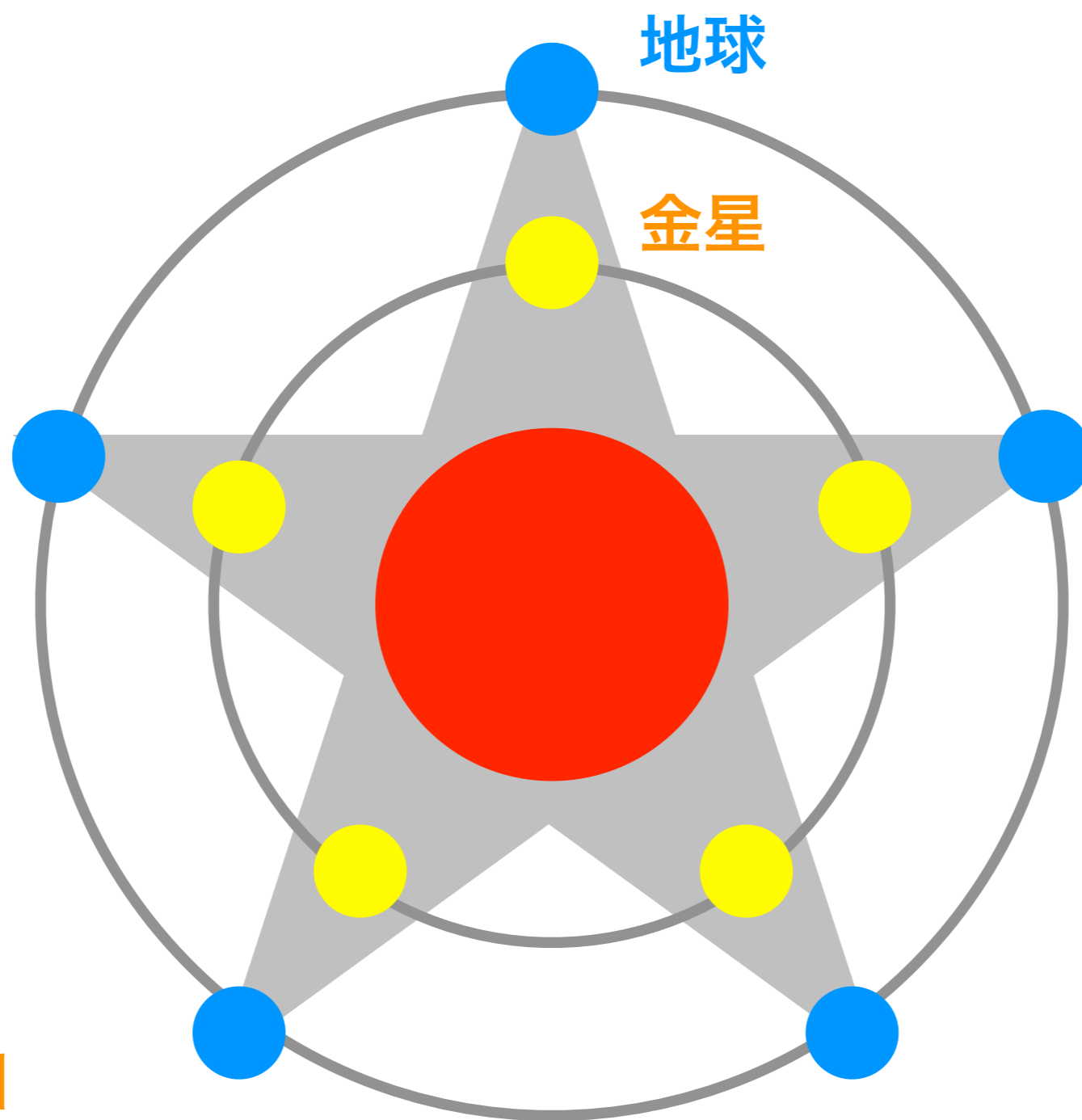


# 黄金比の図形





# 黄金比と宇宙



地球：365日

金星：224.7日

8年間で  
地球は8回転  
金星は13回転  
その間5回出会う

# 今日のまとめ





## 今日お伝えした内容

# 売れるデザインと心理学

1. 伝わる力を高める3つのポイント
2. 注目してもらおうデザイン
3. 覚えてもらおうデザイン
4. コミュニケーション力を高めるデザイン
5. お客様から選ばれるデザイン
6. デザインの不思議な力



# 今日お伝えした内容

## AIDMAの法則

シミュラクラ現象

**今日学んだことから**

RAS(フィルター)

**48時間以内に何か**

**行動してみませんか？**

**視覚・聴覚・身体感覚**

**誰に何を伝えるか？**





さいごに

**美しいものに心は惹かれる。**

**お客様や働きたい人が集まり**

**心を惹かれるような**

**会社・職場づくりの**

**お役に立てば幸いです。**



# セミナースライドのPDFプレゼント

## QRコードから登録

