

伝わる POPの作り方

vol.1 伝わるPOPは誰でもつくれる!

(執筆) 増澤 美沙緒 (ますざわみさお)

1983年長野県生まれ。“すごい販売促進”をもとに、いつもの仕事をワクワクいっぱい“たのしごと”に変えるお手伝いをするため、「すごはん」を設立。全国で開催している、POPやチラシなどの実践セミナーは、「楽しく基本が学べて実践につなげやすい」と人気を集めている。著書の『売れる! 楽しい! 「手書きPOP」の作り方』、販促ヒント満載の『たのしごと販促プログ』も好評。



改善ポイント

なんだかゴチャゴチャして読みづらい……。

BEFORE

商品名

ノミは2ヶ月以上継続して対策しなければ馬区除できません。また、ノミ・マダニは年間通じた対策が必要です。

〇〇〇〇円(税込)

ポイント1 & ポイント2

AFTER

ノミ・マダニ対策は / 継続が大切なんです!

ノミは2ヶ月以上継続して対策しなければ馬区除できません。また、ノミ・マダニは年間通じた対策が必要です!

商品名 〇〇〇〇円(税込)

ポイント3 & ポイント4



ポイント1 キャッチコピーを先に

飼い主さんは商品名を見た瞬間に、その商品に興味をもつわけではありません。POPをパッと見た瞬間に、POP自体に興味をもち「もっと詳しく知りたい!」と思ってもらえるように、まずはキャッチコピーを先に書いてみましょう!

ポイント2 ラインはキャッチコピーの下に

文字の下にラインを引き過ぎると、ゴチャゴチャした印象になってしまいます。そこで、キャッチコピーにだけ入れるようにしてみましょう。スッキリして全体が読みやすくなります。

ポイント3 読みやすい文字にするために

文字をカラフルにしてしまうと、読みづらさを感じます。用紙の色にもよりますが、基本的に文字は黒1色で書くと読みやすくなります。また、POPを書いている机の上では普通に読むことができても、設置場所によっては文字が読みづらくなる場合もあるため、読みやすい文字サイズかどうか、設置後も飼い主さんの立ち位置からチェックしましょう。

ポイント4 文字にメリハリを

文字の「サイズ」や「太さ」をすべて同じにするより、キャッチコピーは大きく、説明文はそれよりも細く小さく書くようにしましょう。1枚のPOPを書くのに、最低2種類以上の黒ペンを使うことをお勧めします!

一言アドバイス

POPを、「キャッチコピー」→「説明文」→「価格」の順に書くことで、POPをパッと見た瞬間に「詳しく知りたい!」という興味生まれ、説明文を読むことで「なるほど!」と納得に変わり、価格を確認して「よし! 買おう!」という行動へと変わっていきます。このように、1枚のPOPの中で飼い主さんの気持ちが3段階に変化することを意識しながら伝えることが重要です!

ノミ・マダニ対策は / 継続が大切なんです!

ノミは2ヶ月以上継続して対策しなければ馬区除できません。また、ノミ・マダニは年間通じた対策が必要です!

商品名 〇〇〇〇円(税込)

詳しく知りたい!

なるほど!

よし! 買おう!

POPの作り方と増澤先生の解説動画をこちらのページで今すぐチェック!!

