



**販路開拓**  
につながる



8つのセミナー

『売れる』ための  
『仕組みづくり』を  
支援します!

Step



～目を引く、気になる、欲しくなる～

# パッケージデザイン&コピー

## ★売れる商品パッケージの作り方とは！

お客様の目を引き、興味をもってもらえるパッケージやキャッチコピーとはどのようなものでしょうか。商品をどのように PR するかで、その売れ行きは大きく差が出てきます。商品開発をお考えの方、今ある商品の売上を伸ばしたい方、是非売れるデザインやキャッチコピーを学び、販促に活かしていきましょう。皆様是非ご参加をお待ちしております。

日 時

講座内容

平成30年

7月9日 (月)

18:00~20:00

- ◆ ブランディングから発想する商品パッケージ
- ◆ パッケージデザインで売れた成功事例
- ◆ パッケージデザインの機能と役割
- ◆ 売れるデザインと消えるデザイン
- ◆ 売れ色～カラーマーケティングの知恵
- ◆ お客様の心に届くキャッチコピーとは
- ◆ ウリの見つけ方
- ◆ 良いキャッチコピーを書くためには 等

### ● 講師紹介 ●

ゆげ とおる  
弓削 徹 氏



(株)エスト・コミュニケーションズ 代表取締役  
マーケティングコンサルタント

クリエイターとして SONY・サントリー・パナソニック・雪印・パイオニアなどの新商品開発や広告・販促キャンペーンを成功させ、「製造業なら弓削」との評価を得る。その後(株)エストを設立。中小製造業を中心に様々な業種のコンサルタントとして商品開発から販路拡大までのマーケティング企画・戦略を適正コストで提供し、支援先企業の全社で売上高・利益の前年度比アップを達成中。●「ノートパソコン」の名付け親。朝日新聞『天声人語』で取り上げられた JT 野菜新品種〔役者横丁〕他、雪印〔Ca 家族〕〔うまいんじゃが!〕〔鶏ごぼうピラフ〕、セブンイレブン〔アメリカンピザ〕、タイホー〔クリンビューふきとり名人〕などネーミング作品多数。

牛久市商工会

販路開拓サポート事業