

2013年2月13日の学習塾のチラシ内容分析<1>

チラシ制作の基本ステップ	ねらい	エディック	エディックⅡ
①期待する見込み客数(目標設定)		B4サイズ両面	B3サイズ両面(タテ型) 2枚目
②期待する見込み客像を設定する	対象顧客に届きやすい内容にするため。	◎小・中学生並びに大学受験を控える高校2年生を持つ両親と本人	◎新小1～新中3生徒の両親及び本人
③対象顧客像が抱えている悩みもしくは要望の抽出【キャッチコピーで表現する】	関心を持たせ、チラシを読ませて、必要性に気づかせること。	◎進学塾「エディック」のメリット+「個別指導」のメリットをかけた「個別指導」 ◎学区NO1の進学実績(商品価値訴求型)「エディック」の個別指導	◎『導く力。』をキャッチコピーにしてイケメン男性講師の躍動感あふれる写真でアイキャッチ ◎「講師を厳しく鍛え上げる」「妥協なき研修と授業チェック」「学研・塾講師検定に合格した講師のみが授業を担当」と訴求(商品価値訴求型)
④訴求したい要素(コンテンツ)【7・5・3の法則→USP】 ・要素羅列型 ・要素関連型 ・ストーリー型 ⑤競合との対比における優位性ポイントは何か？	自社の提供できる価値で顧客の悩み、要望を実現することを具体的に訴求して購入意欲を高めること。 競争相手との比較選択に勝つこと。	◎前回と全く同じものが投入されていたので、今回は表現面についてコメントします。 ①表面に講師と思われる女性と生徒の女性の笑顔の写真が大きく訴求されていて、「注目効果」はある。 ②表面の無料体験コースと5教科対応の価格訴求は「興味を引き起こす」かどうかは中ぐらいか？ ③裏面は細かいコンテンツを8つ訴求しており、情報量は豊富である。しかも表面からの要素関連があるので興味を持った読者には読ませる。 ④レイアウトは少し流れが悪い箇所があるが、スペース上やむを得ないか。大学受験のコンテンツを右端にして、他の2つを玉突きにすれば読み手にとっては流れが良くなる。 ⑤表面と裏面のメリハリがあって良い。要素関連型の情報提供だが、ストーリー型ではない。	◎左側のコメントのような先週と同じチラシと同時にこのB3チラシが投入されていました。その意図はわかりません。本チラシのみでよかったですと思われます。 ①「導く力」と題してエディックの特長を3項目に絞って詳しく紹介。 ②元有名校の校長が教育アドバイザーとして、エディックの講師の素晴らしさをコメント。 ③名門高校の合格者数が県下3学区でNO1であることを数字で訴求。長田高校155名など。 ④入学説明会と入学テスト【無料】の告知。中学受験も同時に告知。 ⑤裏面でもさらに「講師力」が優れている理由を3つの項目で説明。(学カテスト、生徒アンケートDVDによる授業審査) ⑥5教科指導を基本としたコースの個別紹介。紙面の半分で詳しく紹介している。 ⑦個別指導、中学受験専門コースの紹介。あとは教室名と電話番号。
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かす行動につなげること。	◎配色は紺色、茶色、それに黄色、ピンクで表面を構成。裏面は多色だが薄い色でうまく対応している。「5教科対応コース」の赤色も効いている。	
⑦ダメ押しの【特典】など	最後のためらいの解消を行うこと。	◎白地の使い方が上手いので読みやすい。	

2013年2月13日の学習塾のチラシ内容分析<2>

チラシ制作の基本ステップ	ねらい	関西個別指導学院	名門会
①期待する見込み客数(目標設定)		B3サイズ両面 社名を上段に訴求し、ニュースレターのような体裁である。紺と茶色で知性と堅実性を訴求している。	B3サイズ両面
②期待する見込み客像を設定する	対象顧客に届きやすい内容にするため。	◎小・中学生を持つ両親	◎中学受験をめざす新・小6を持つご両親と本人
③対象顧客像が抱えている悩みもしくは要望の抽出【キャッチコピーで表現する】	関心を持たせ、チラシを読ませて、必要性に気づかせること。	◎お客様の信頼と安心のために『生徒第一主義』を貫いています (指導理念訴求型) 総合満足度第1位に選ばれました。 ◎中面のキャッチコピーは(商品価値訴求型)です。	◎合格実績で選ぶなら名門会 2013年の合格速報24名の生徒のイラストと合格へ導いたプロ教師の写真をマンツーマンで掲載。 両方のコメントを掲載している(実績訴求型)
④訴求したい要素(コンテンツ) 【7・5・3の法則→USP】 ・要素羅列型 ・要素関連型 ・ストーリー型 ⑤競合との対比における優位性ポイントは何か？	自社の提供できる価値で顧客の悩み、要望を実現することを具体的に訴求して購入意欲を高めること。 競争相手との比較選択に勝つこと。	①塾アワード他、各種ランキングで上位に選ばれたものを3つ紹介。 ②「塾なのに家庭教師」のキーワードと共に片面は指導力に自信あり！のキャッチコピーで4つの特長を写真と図表を交えて訴求。(素晴らしい！) ③生徒3人の体験談、大学受験、中学受験、私立生(顧客の声は有効、内容も上手い) ④もう片面は、講師力に自信あり！のキャッチコピーで4人の学生講師の指導の考え方を写真入りで紹介。(安心と親近感を演出) ⑤指導講師をいかに厳しく採用し、研修をしているのかを訴求し、「お子さま専用カリキュラム」と「担当講師制度」という特長を訴求。 ⑥無料体験授業&個別説明会の案内	◎人の顔が多いのと生徒の似顔絵が上手いので思わず引き込まれる。コメントも丁寧で読みやすい。桜咲くイメージで明るく美しい。 ①24名の生徒と教師のコメント入り写真は素晴らしいのだが、上位10名の名門中に限定されており、残りの14名は写真も小さくコメントが無いのはいかなものだろうか？(競争主義か？) ②他の合格実績も最難関中103名、難関進学校146名と訴求。 ③企業名と電話番号は表面最下段で訴求 ④この春からプロ教師でスタート！というキャッチコピーで教師24名を顔写真で紹介。 (表面の合格者及びこの講師一覧は集合効果があってインパクトが強い)
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かせ行動につなげること。	⑦学年末テストに向けた万全テスト対策 ⑧私立内部進学対策プラン、大学受験の新システム登場の案内	⑤中学受験 新受験生スタート講座の紹介 ⑥最難関中受験コースの紹介 ⑦春の短期集中講座の紹介
⑦ダメ押しの【特典】など	最後のためらいの解消を行うこと。	⑨教室名と電話番号(大きく)、受付時間の案内	⑧大学医学部受験も名門会！の告知

2013年2月13日の学習塾のチラシ内容分析<3>

チラシ制作の基本ステップ	ねらい	エグゼ	馬淵教室
①期待する見込み客数(目標設定)		表面の一部を差し替えて裏面は同じもの B4サイズ両面 横型チラシ	B4サイズ両面
②期待する見込み客像を設定する	対象顧客に届きやすい内容にするため。	◎前回は見落としていましたが、どうやら公立中学及び公立高校をめざす学生ようです。(失礼)	◎中学受験をめざす小学生の両親 (対象が絞り込まれている) ◎今回はさらに西神中央校への誘引に絞っている
③対象顧客像が抱えている悩みもしくは要望の抽出【キャッチコピーで表現する】	関心を持たせ、チラシを読ませて、必要性に気づかせること。	◎ のびる には理由がある!! VOL3 エグゼの人間力と題して文章で理由を訴求(とても良い内容です。エグゼスピリット、素晴らしい!)(指導理念訴求型)	◎西神中央校!大躍進! 最難関中へ開校3年目で過去最高の合格者数! 最難関中18名合格 灘中を含む5校の実績訴求 ほか9校の実績紹介(実績訴求型)
④訴求したい要素(コンテンツ) 【7・5・3の法則→USP】 ・要素羅列型 ・要素関連型 ・ストーリー型 ⑤競合との対比における優位性ポイントは何か?	自社の提供できる価値で顧客の悩み、要望を実現することを具体的に訴求して購入意欲を高めること。 競争相手との比較選択に勝つこと。	①エグゼの人間力の解説(内容は素晴らしい) ②学力診断テストとその実績 ③やはり表面は紺色と茶色、インパクトは弱い。 ④裏面は細かい文字が多いので、カラーは薄く白地をうまく使い、文字は黒で読みやすい。黄色系の同系色を重ねているのは読みにくい。	①中学受験対象 新小3~新小6 西神中央校新規入塾生募集 入室説明会 いよいよ今週末!2月17日(日)(テコ入れか?) ②入室説明会 入室テスト無料 過去最高の合格実績!馬淵教室の説明会に...
		◎3月1か月の無料体験+春期講習 教材費、受講料無料	③2013年中学入試合格体験談!神戸女学院中 女性1人 裏面の1/3の面積で写真入りコメント ④2013年入試分析会 3月15日【無料】 ⑤春季講習会 新小3~新小6 資格判定テスト有料
		◎今だけの特典(ユニークだ) 3月体験ご希望の方で2月22日(金)までにお申し込みの方限定。 ①重要単元対策 新小5:面積・わり算の筆算徹底マスター-DVD 新小6:堆積・割合徹底マスター-DVD 新中1:速さ・割合を使って中学準備徹底 DVD ②新中2生、新中3生学期末テスト対策 ・最強の社会・理科テスト対策プリントプレゼント ・WEB教材のパスワードプレゼント	⑥春期馬淵体験学習 新小3・4 講習準備テスト 有料 ⑦最難関特訓講座 ⑧灘スペシャル特訓 ⑨理科実験講座 ⑩馬淵公開模試 ⑪校名とTEL「QRコード」でホームページへ誘導 ◎入室説明会及び入室テストが無料(表面)
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かす行動につなげること。		◎参加特典 ①2012年入試問題集CD ②同入試データ(ユニークだ) 分析速報 ③合格体験記など
⑦ダメ押しの【特典】など	最後のためらいの解消を行うこと。		

2013年2月13日の学習塾のチラシ内容分析<4>

チラシ制作の基本ステップ	ねらい	若松塾	秀文館ゼミナール
①期待する見込み客数(目標設定)		前回の横型からタテ型に変更 赤色の使い方が上手い! B4サイズ両面	B4サイズ両面
②期待する見込み客像を設定する	対象顧客に届きやすい内容にするため。	◎新中2生に絞り込んでいる	◎大学受験をめざす新・高校生 親と本人に絞り込んでいる
③対象顧客像が抱えている悩みもしくは要望の抽出【キャッチコピーで表現する】	関心を持たせ、チラシを読ませて、必要性に気づかせること。	◎高校入試が、変わる。 『学区再編』入塾説明会・入塾テスト (受講生への問題意識の想起&対策提案型)	◎他塾では絶対真似が出来ない どこまでも生徒様本位のシステムです!! 大学受験個別指導専門 秀文館ゼミナール (商品価値訴求型)
④訴求したい要素(コンテンツ) 【7・5・3の法則→USP】 ・要素羅列型 ・要素関連型 ・ストーリー型 ⑤競合との対比における優位性ポイントは何か?	自社の提供できる価値で顧客の悩み、要望を実現することを具体的に訴求して購入意欲を高めること。 競争相手との比較選択に勝つこと。	①中2と思われる女生徒の真剣な眼差しの横顔 大きくタイトル廻りで訴求(インパクトあり) ②入塾説明会・入塾テスト 2月16日 今なら10,500円の入塾料無料!! ③若松塾だから学区再編導入後もご安心ください トップレベルクラスが始まる。 長田高校他進学校5校の合格実績を訴求 ⑤公立トップ高校へのアプローチを図表で紹介 ⑥トップレベル選抜クラスの費用一覧表 ⑦有名私立中学受験教室の詳細を紹介(細かい) ⑧東進衛星予備校 新年度特別招待講習の案内 ⑨個別指導 春期講習 ⑩送迎バス運行中 &校名と電話番号	①5つの特徴を少し詳しく紹介 1、個別指導(完全1対1)を担当する強力スタッフ 2、学校別授業内容サポートを用意 3、人気講師による衛星授業 4、スペシャル指導コースを用意 5、個別担任制度 ②完全個別指導(受け放題) 人数限定 200名 1対1でわかるまでお教えます。 8名の講師の顔写真。(ピースポーズはいかが) ③無料体験申込ダイヤルを大きく表示 ④対象:高1~高3生 中高一貫校の中学生 ⑤費用については電話で問い合わせるようこの告知。 ⑥自習室は毎日解放、住所と地図
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かせ行動につなげること。		
⑦ダメ押しの【特典】など	最後のためらいの解消を行うこと。	80%の紙面が対象を絞り込んだストーリー型の構成になっている。Q&Aなどで顧客志向が欲しいところだ。	◎表現が少しやばったい。配色を再考すべし。