

2013年3月4日&5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	エディックー I	エディックー II
①期待する見込み客数(目標設定)		B4サイズ両面(タテ型)	B4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。	◎兵庫県立長田高校をめざす中学3年生とその両親(絞り込まれている)	◎小学生、中学生、高校生フルターゲット本人及びその両親(Iと使い分けか?)
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。	◎長田高校特色選抜 18名合格(定員40名) ◎初年度から合格者数NO1 ◎さあ、先輩たちに続いて志望校合格へ。 (Iは、実績訴求型でIIは、価値訴求型です) (Iは、無料訴求で、IIは、特長訴求で集客)	◎新学期のスタートダッシュを応援! 春期講習生募集! 申込期間4月5日(金)まで ◎エディックの個別で自信のスタート! ◎新学年準備講座 4コマ(80分×4回)4,200円
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。	◎表面上記のキャッチタイトルをコピーと写真で大きく訴求しているのでよく目立つ。配色も濃紺と赤の補色の配置と、メインで訴求する数字を黄色にしているのでよく目立つ。 ◎エディック春期[無料]講習 最大10日間 ◎講習の特長を4項目でわかりやすく説明。 ◎社名 & 問い合わせ電話番号 ◎裏面ではエディック春期講習の対象別メニュー8項目を訴求。7つが無料で1つのみ有料。項目ごとのヘッドに対象らしい生徒がイメージできる人の写真を使っているのが良い。 ◎新小1・2対象の「まなびのアトリエ」の訴求。アトリエ1日体験講座 4月3日 受講料無料 ◎対面指導エディック個別の訴求。	◎表面のキャッチタイトルが女子小6か中学生で楽しそうな笑顔の写真で惹きつけている。 ◎キャッチコピー3つで春期講習生の募集を端的に表現していてわかりやすい。 ◎同時訴求として新入生も同時募集中! 中学生のために! 「5教科対応コース」 中1・2生33,000円 中3生35,000円 裏面で詳細を説明と誘導している。 ◎高校生(高1・2)のために! 「映像授業コース」 4月新開講 月額1教科(1コマ80分) 14,000円～ ◎社名 & 問い合わせ電話番号 ◎裏面は過去にも訴求していたエディック個別学習の特長を6項目で紹介 予習中心の学習で授業がわかる! のキャッチコピー。
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かせる行動につなげること。	◎中学受験専門「創学アカデミー」の訴求。 ◎無料体験訴求はこのビジネスではあたりまえのようで、随所に訴求されている。(14か所) ◎春期講習受講特典 入試選考試験料1,000円 & 入学金15,000円免除	◎高校生、中学生、小学生別の特長訴求と体験事例(生徒の声)、価格表、通学している生徒の学校名、ご入学までの流れを5ステップで説明 ◎3項目の2つを詳しく再度訴求。無料訴求は無
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3月4日&5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	明光義塾
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。	B4サイズ両面(タテ型)
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・高補習、中・高・大受験 私立内部進学 対策者というように対象を具体化している。	◎小・中・高生だが高校入試を来年に控える中3生を重点にしている。母娘の親子か？
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。	◎塾なのに家庭教師 関西個別指導学院というコピーと学生2人(男女)の賢そうな上半身写真でキャッチタイトルを構成している。 ◎顧客総合満足度NO1 選ばれているのは担当講師制度 3つの特長を説明(商品価値訴求型)	◎全国で4万人の生徒を合格させています。個別指導第1位 小・中・高の生徒と講師1人の体験談を顔写真入りで訴求しキャッチタイトルにしている。 (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表面ではキャッチタイトル、コピーに次いで春期講習生の募集と電話番号(殆どフリーダイヤル) ②関西指導学院はベネッセグループであることの告知。 ③中面は左側が4分割で4つの事例でQ&A 顧客の声で問題提起、要望を示して解決策をわかりやすく図表などで説明。素晴らしい。 ④右側では「入塾前の状況」と「入塾後の成果」を2つの体験談事例で紹介。とても素晴らしい対比の技術を使った訴求です。 ⑤成果に導いた関西個別の学習ポイントを訴求。 ④と⑤は ストーリー になっていて読みやすくわかりやすい。 ⑥そして締めくくりが「無料個別説明会」の案内「まずはお気軽にお問い合わせください！」と 行動促進 を行っている。 ⑦最終面は問い合わせへの誘導電話番号の告知	①キャッチタイトルで実績訴求と体験談で自塾のメリットを訴求している。女性を意識した色使いと生徒、講師のさわやかな笑顔で惹きつけをねらっている。細かい文字が読まれるかは？です。 ②上記コンテンツの下に大きめに入学金50%OFF(通常21,000円)を3月末までの期間限定で訴求。 ③右半分が新学期準備 4DAYS 小・4,200円 中・6,300円 高・8,400円 3月末まで期間限定訴求。 ④個別指導の明光義塾の訴求の配色がインパクトがある。(上記のコンテンツがパステルカラーのためである) ⑤裏面は ストーリー型 である。 「兵庫県の高校受験対策への対応」をキャッチコピーに、これだけは知っておきたい、兵庫県立高校入試。「兵庫県の公立高校入試の選抜方法をご存じですか？」と問いかけて内容を説明。 ⑥そこで、兵庫県の入試攻略には、明光義塾の個別受験対策が効果的です。3ポイントで説明。 ⑦目線に合わせた明光義塾の通い方(6コマ漫画で訴求) ⑧明光義塾に入会するには？(6項目で紹介) ⑨明光義塾の安心のお約束 ⑩価格表と時間割表
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かさ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。	⑧対象別おすすめプラン、無料体験授業と個別説明会、私立内部進学対策プラン、他1つを訴求。	

2013年3月4日&5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	駿台フロンティアJr
①期待する見込み客数(目標設定)		B4サイズ両面(ヨコ型)	B4サイズ両面(タテ型)
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・高生をフルで対象にしている。キャッチタイトルから推測すると中学生が重点か？	◎新中1～新中3の本人及び両親(明確である)
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。	◎この笑顔がエグゼの実力です！ 21名の中学生の点数アップの実績を上半身写真で訴求。(実績訴求型)	◎新中1～新中3 駿台で学習スタート！ 第1志望は、ゆずれない 女子中学生の上半身写真(いつものモデル) (対象を絞った商品価値訴求型 情報詰め込みなので要検証)
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	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長田高校、葺合高校合格者の体験コメントを細かく文章で訴求。(写真はなし) ②エグゼトーカーとは？で3項目を紹介 ③今だけの特典!!(目立つ配色) 1、3月30日 進学説明会にご招待!! 2、新小4～6生無料従業見学会 3、入学金(15,000円)全額免除(4月末まで) ④フェイスブック開設の案内 ⑤春期講習(無料)+4月無料体験 生徒募集 エグゼ集団指導コース、個別指導3/23開講	①新中2・3生対象 駿台チャレンジテスト 3/10 参加無料 受講者特典 入学金(21,000円)が無料。3月31日までに手続きの方 ②新中1～中3生のみなさま 教育講演会開催 事前申込制 参加無料 ・兵庫県公立高校 後期入試 分析会 3/24 ・京都公立トップ校入試対策説明会 3/16 ・大学入試講演会 ・学校別中学フェスタ！ ③中3 物理・化学プレ授業実施 参加無料 ④エクストラ数学α体験授業実施 参加無料 ⑤テーマ別特別授業 1,500円 ⑥作文を書こう！ 参加無料
⑤競合との対比における優位性ポイントは何か？		⑥裏面はエグゼの春期講習ラインナップ 受講料・教材費ともすべて無料!! 小学部最大16日間(春期講習+4月無料体験) 中学部最大12日間(同上) ⑦対象別6部門のメニュー紹介と受講料・教材費無料を全てで繰り返し訴求。(効果的)	⑦裏面は新中1～新中3 駿台で学習をスタートしよう！ 通常授業 入学受付中 ⑧新中1の体験授業募集 有料と無料の2つ。 ⑨春期講習 3/21～4/4 ⑩2013年度高校入試 関西・合格速報と体験談 ⑪駿台の個別学習の案内 ⑫FAX申込・資料請求用紙が印刷されている。
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かせる行動につなげること。		◎新中1早期入学特典 入学金免除+春期講座 1講座無料(3月20日まで) ◎新中2・3は入学金21,000円免除(3月31日)
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。	⑧個別指導パーソナルエグゼの紹介 高生Net	

2013年3月4日&5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	京進スクール・ワン
①期待する見込み客数(目標設定)		◎B4サイズ両面(ヨコ型)	◎B4サイズ両面(タテ型)
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・中学生でこの春から塾に通わせたいと思っている両親。 特に母親を意識した配色になっている。	◎4つの問題意識(要望)を持った全学年対応全学年対応のせいか、コンテンツが多い。関心を持たれば読まれるので悪くはないが...
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。	◎春期講習 3月26日から4月3日 学習リズムを継続させて、最高の新学期スタートをきろう！ ◎小学生の真剣な横顔をキャッチタイトルとして写真で表現。	◎進化した京進スクール・ワンにお任せください！ 4つの悩みを持つキミの、やる気がでる学習法？とは「リーチングメソッド」詳しくは裏面で→ (問題提起&解決策の提案型、情報を詰め込み過ぎの感がある。要検証)
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	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新小4～新小6 新学期準備講座 新中1 中学入学直前講座 春期講習の流れを4ステップで紹介 ②新中3 実力養成5科目ゼミ 新小3～新小6 春期スタート講座無料 新小2～新小6 春期講習 ③よく学びよく遊べ 若松塾 人間教育も考えて56年 という理念も訴求 ◎表面全体が春期講習に絞り、シンプルに訴求見やすく読みやすい。 ④裏面も「春期講習」がキャッチフレーズ 専任教師体制、力試しテスト、フォローデーの3つの特長を訴求し、受付開始を示している。 ⑤春期講習カリキュラムを3つ詳しく紹介	①キャッチタイトルは上記のキャッチコピーと共に先生1人(男性)、生徒2人(女性)の個別指導を訴求している。 ②問題提起をして解決策を提示するという問題(要望)解決型の構成で、裏面への誘導も行っている。 ③2013年の合格速報 中学、高校、大学の数を表示。(学校名でこの塾が指導している生徒のレベルが判断できる) ④受験対策コース、定期テスト対策コース、苦手克服コースの3つが訴求されているが、リーチングメソッドとの一体感に欠けている。 (要改善) ⑤春のご入室キャンペーン 入学金無料と紹介特典として5,000円の図書カードプレゼント！ ⑥春期講習 入学金、教材購入費不要で訴求 ⑦京進スクール・ワンはここが違う！4つの特長(良い) ⑧裏面ではリーチングメソッドの詳細を紹介(良い) ⑨合格体験記を4名(大学と中学)写真入りで細かく紹介 ⑩面談について生徒、保護者、三者面談の3つを紹介
⑤競合との対比における優位性ポイントは何か？		◎表面全体が春期講習に絞り、シンプルに訴求見やすく読みやすい。 ④裏面も「春期講習」がキャッチフレーズ 専任教師体制、力試しテスト、フォローデーの3つの特長を訴求し、受付開始を示している。 ⑤春期講習カリキュラムを3つ詳しく紹介	④受験対策コース、定期テスト対策コース、苦手克服コースの3つが訴求されているが、リーチングメソッドとの一体感に欠けている。 (要改善)
⑥オファーは何か【無料体験など】	購入への心を動かせる行動につなげること。	⑥有名私立中学受験教室の紹介 ⑦東進衛星予備校の紹介他 個別指導	⑤春のご入室キャンペーン 入学金無料と紹介特典として5,000円の図書カードプレゼント！ ⑥春期講習 入学金、教材購入費不要で訴求
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。	◎春期講習後入塾すれば入塾金半額	⑩面談について生徒、保護者、三者面談の3つを紹介 ⑪問い合わせから授業開始まで、教室の写真、料金表等