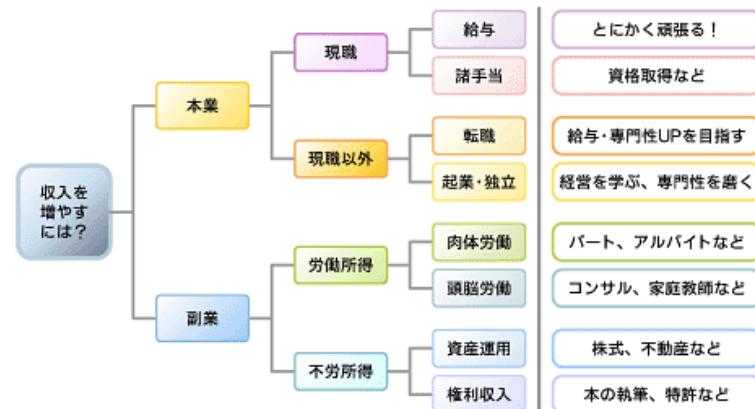




◆構造化デザインのポイント

構造化のポイントはタスクのディレクトリー化とプライオリティの明確化にあります。

ディレクトリー化



ロジックツリーに代表されるタスク分解と階層化=ディレクトリー化を行う

プライオリティ決定



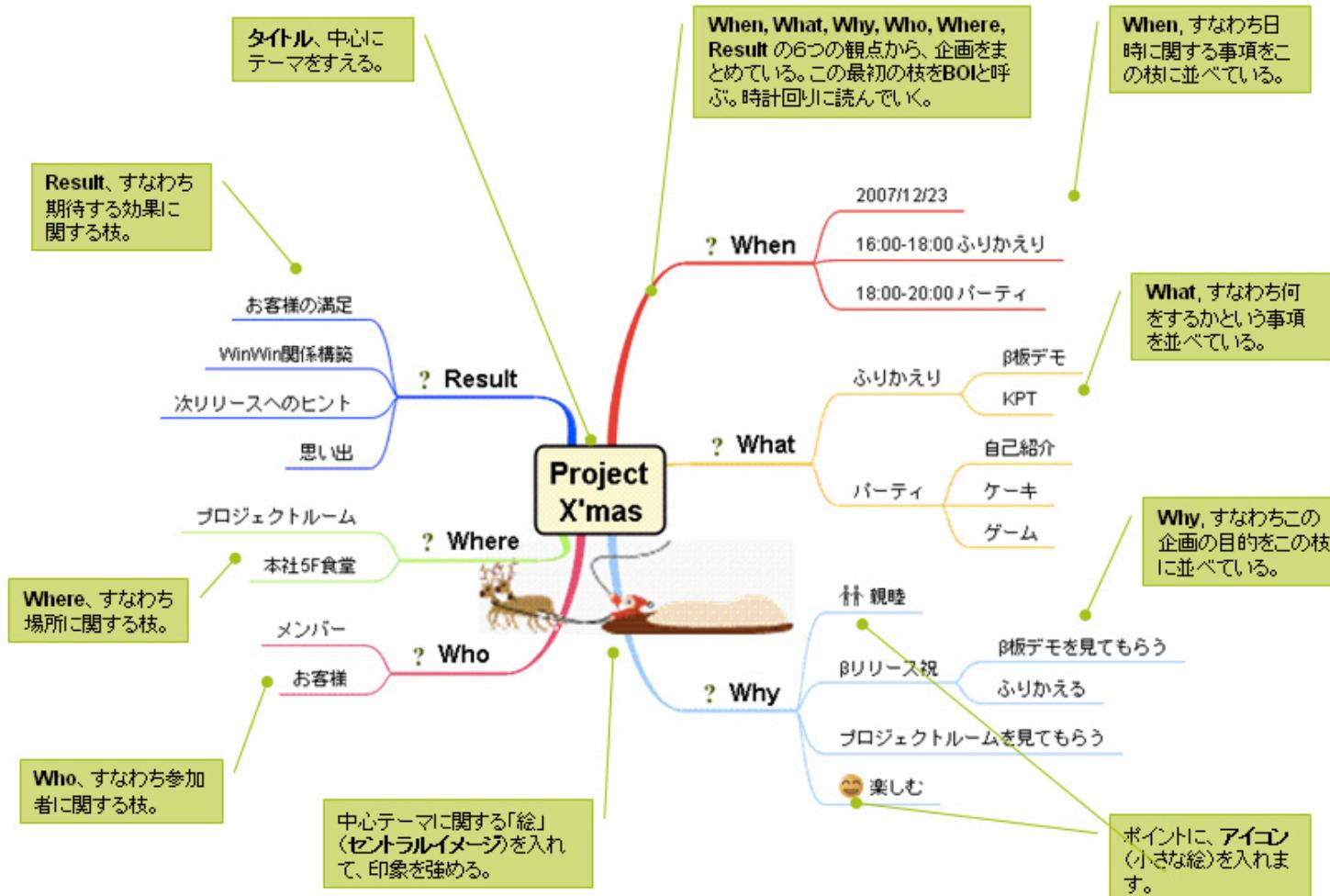
対象者が必要とするレベルと自社がPRしたいレベルのバランスを鑑みること

すべてのビジネス=コンテンツは計数化すること
により対象者に伝わっていく！！





◆マインドマップ

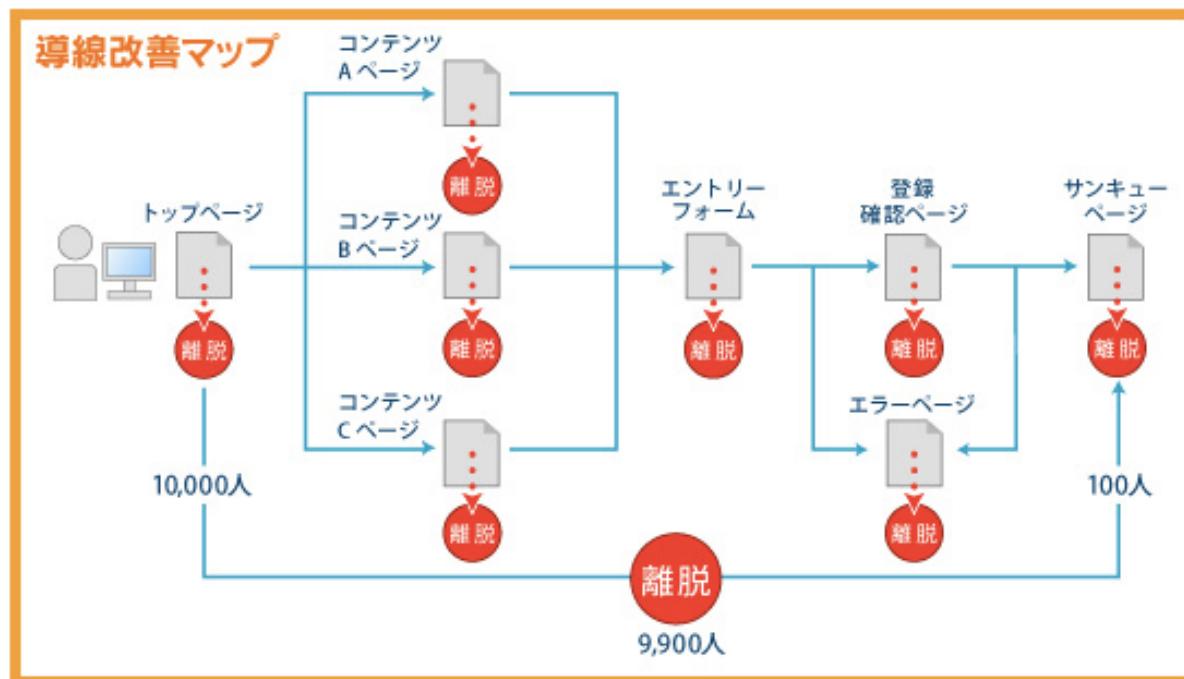


<http://matome.naver.jp/odai/2129517245843627301>



◆ゴール明示の原則

構造化デザインの目的は販売促進ツールの目的をより効率的に達成していくための設計を行うことである。そのために不可欠な視点が「ゴール」の明確化となる。またWEBサイトではそのゴールを達成するためのサイト内導線設計が不可欠となる。





◆ビジネスモデルキャンバス





◆ネットオンリー商材開発キャンバス

タイアップする	組み合わせる	商品の強み・特徴	顧客を変える	擬人化・キャラクター
	半分・倍にする		流通を変える	
1つ加える・無くす		理由をつくる		



このフォーマットを元にヒアリング



◆コンテンツキャンバス

ゴール		期間		ターゲット		
コンテンツ1	テーマ1	メインビジュアル		テーマ5	コンテンツ1	
コンテンツ2		コンテンツ2			コンテンツ2	
コンテンツ3		コンテンツ3			コンテンツ3	
コンテンツ1	テーマ2	コンセプト		テーマ6	コンテンツ1	
コンテンツ2		コンテンツ2			コンテンツ2	
コンテンツ3		コンテンツ3			コンテンツ3	
コンテンツ1	テーマ3	テーマ7		テーマ7	コンテンツ1	
コンテンツ2		コンテンツ2			コンテンツ2	
コンテンツ3		コンテンツ3			コンテンツ3	
コンテンツ1	テーマ4	キャチフレーズ		テーマ8	コンテンツ1	
コンテンツ2		コンテンツ2			コンテンツ2	
コンテンツ3		コンテンツ3			コンテンツ3	
ギミック		流通		社内活動		





◆MCM

ダイレクトレスポンス・マーケティングとブランディング
エンドースメント広告—LPO

コピーは王様—長いコピー

アクティブな顧客フォーラムの開催

ブログは読者のために書く

<http://www.wordtracker.com/>

<http://dir.yahoo.com/>

<https://www.dmoz.org/>

<http://www.payperclicktools.com/>

ダイレクトメール文章の要点—アイデア・利点・実績・信頼性

売上を伸ばす100の手掛けかりを無料で salesgenie.com

19\$95¢ 送料込み1980円

