



マーケティング&ブランディング ～ 販売促進・売れる仕組み. ～

STEP
2

プロモーション設計

①商品・サービス訴求点設計

販促適正分析を基に商品・サービスの訴求点を再設計。

②販促ストーリー設計

リード・コンバージョン・LTVの基本ストーリー設計。

③媒体設計

①と②に応じた媒体の選定。

④販促計画作成

財務分析で適性販促予算を設定し、①～③と組合せ実施計画化。

