

サービスの成功を左右する「キャッチコピー」 PDF转换可能丢失图片或格式，建议阅读原文

https://www.100test.com/kao_ti2020/202/2021_2022__E3_82_B5_E3_83_BC_E3_83_93_E3_c29_202236.htm キャッチコピーとは、商品の者です。良い品で、お客さんが欲しくて、必要であると思う商品であっても、そのことがわからなければなりません。キャッチコピーは、お客さんに「良い品である」こと、「必要な品であること」をえるための者であり、れる商品にするためのツルなのです。れるキャッチコピーにするためには、多角的にPRし、段階的にお客さんを引きこんでいくことできるコピーであることが大切だといえるでしょう。【例】まず、お客さんが味をもって、何？と思う 次に、へそこがすごいんだあと心、共感する そして、そういう商品なのか、わかった・.なるほどと思うキャッチコピーの出来が、上を左右する大きな要因となります。感的にキャッチコピーを定めるのではなく、どこにどういう意を持ってその言にしたのか、という付けが必要です。キャッチコピーは想ではなく、企画力が大事だと言えるでしょうね。商品やサービスをり出すには、的に商品やサービス内容がわり、入意欲をき立てられるコピーをしてみましょう。 100Test 下载频道 开通，各类考试题目直接下载。详细请访问 www.100test.com