

只要利用「手繪POP」就可以使生意興隆！

POP

廣告的實戰技法

洋品・食品篇

女士用品・男裝店／兒童服飾店・皮鞋
日用品店・布品店／水果店・鮮魚店
食肉店・西點蛋糕店／酒類



SALE

A small, rectangular price tag with a red border. It has the text '¥ 63.75' printed on it. The tag is attached to the bottom right corner of the 'SALE' text.

世茂出版社

707968



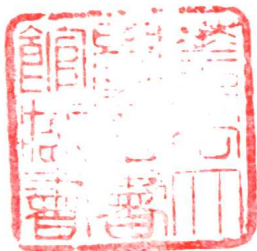
A0180741

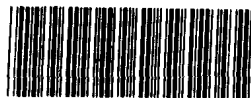


廣告

實戰技法

洋品・食品編





A0180741

707089

POP 洋品・食品編 廣告實戰技法

編者：舟橋紳吉郎
編輯：呂麗容・陳利成
美編：周惠玲
出版者：世茂出版社
發行人：林正中
負責人：簡泰雄
地址：台北市潮州街59巷5號
電話：3972757—8
劃撥帳戶：0750300—7世茂出版社
印刷：國霖彩色印刷有限公司

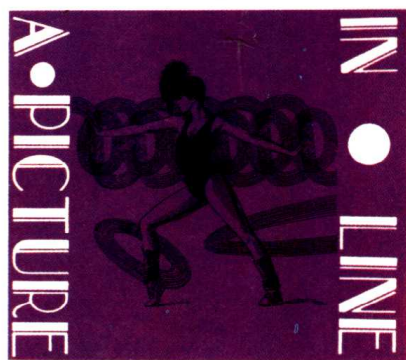
中華民國79年1月初版
行政院新聞局局版台業字第3208號
法律顧問：謝新平律師
地址：台北市廈門街99巷8號

※版權所有・翻印必究※ 定價：250 元
(本書如有缺頁、破損、倒裝請寄回本社更換)

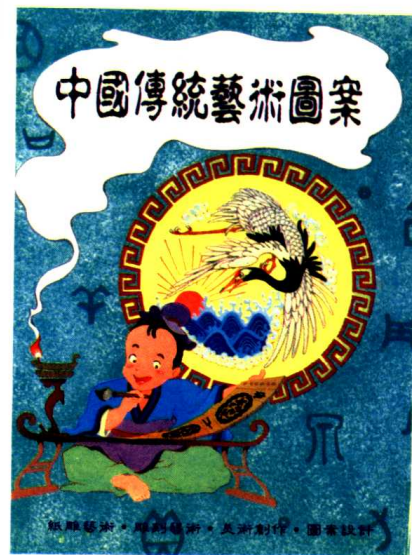


異 戰 技 法

漫畫、插畫必備工具



定價：250 元



定價：200 元

707968



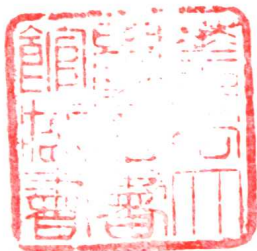
A0180741



廣告

實戰技法

洋品・食品編



序言

所謂 POP(Point of Purchase)，意指「購買時點廣告」。換言之，亦即標示在「購買場所（賣場＝零售店）內」的廣告。這項設計源自於美國，自從開展以來，即有逐日取代售貨員機能的趨勢，用意在於取代銷售員、指引顧客、告知商品價格、提供與商品相關的資訊、以及店方本身的服務等，以幫助消費者選擇購買商品。

事實上，POP廣告的機能並非僅止於向顧客傳達商品資訊，在季節性促銷活動中，往往亦可有效地與傳單或郵寄廣告(DM)結合，提升廣告的效果。因此，POP廣告也是商店呈現其形象的重要條件，與銷售成績可謂密切相關。

通常，出現於報紙、電視、電台、傳單、DM 等公開傳播媒體上的廣告，是屬於將顧客吸引至店前的頭陣廣告；而 POP 廣告則是設法使業已被吸引至店前的顧客產生購買行為，乃是一種與銷售直接產生關係的廣告。因此，能否有效利用 POP 廣告將成為店內商品是否暢銷的主要關鍵。

在商業競爭日趨白熱化的現代社會中，我們不妨把 POP 視為另一名「銷售員」。本書的主旨即在於提供您一些最新的 POP 廣告概念與實例，若能善加運用，必可為您締造前所未有的銷售佳績。



目錄

序言	3
'80年代對POP廣告應有的態度	6
SP月曆	8
零售店POP廣告有哪些	10
女士用品店POP廣告設計	14
春季的POP廣告	16
夏季的POP廣告	17
秋季的POP廣告	18
冬季的POP廣告	19
●如何掌握市場需求	20



男裝店POP廣告設計	24
春季的POP廣告	26
夏季的POP廣告	27
秋季的POP廣告	28
冬季的POP廣告	29
●視覺展示的重要性	30
兒童服飾店POP廣告設計	34
春季的POP廣告	36
夏季的POP廣告	37
秋季的POP廣告	38
冬季的POP廣告	39
●色彩搭配講座	40



皮鞋・日用品店POP廣告設計	42
春季的POP廣告	44
夏季的POP廣告	45
秋季的POP廣告	46
冬季的POP廣告	47
●訊息POP	48
布品店POP廣告設計	52
春季的POP廣告	54
夏季的POP廣告	55
秋季的POP廣告	56
冬季的POP廣告	57
●促銷活動的POP廣告設計	58
●應重視禮品市場	60





食品篇 零售店POP廣告	62
蔬果店中POP廣告的使用	66
春季的POP廣告	68
夏季的POP廣告	69
秋季的POP廣告	70
冬季的POP廣告	71
鮮魚店中POP廣告的使用	72
以「時令」為訴求重點	74
以社會風俗習慣為訴求重點	75
與店中的活動結合	76

以提供建議為訴求重點	77
● 訊息POP的製作	78
食肉店的促銷活動與POP廣告	80
設計與肉類有關的活動資訊POP廣告	82
以POP提供烹調妙方	83
拍賣活動的POP設計	84
中元節及歲末年節的POP製作	85
糖果店的POP與節慶活動	88
多采多姿的情人節POP廣告	90
蛋糕店的POP廣告	91
聖誕節的POP廣告	92



母親節與父親節的POP廣告	93
● 利用廠商所提供的POP	94
● 形象POP廣告的製作	96
酒類專賣店的活動與POP廣告	98
促銷相關商品的POP廣告	100
製作說明性質的POP廣告	101
酒類專賣店的促銷活動	102
建議舉辦舞會的POP廣告	103
其他食品的POP廣告	104
● 展示會中的POP廣告設計	106



'80 年代對POP廣告應有的態度

POP廣告實況及 對其應有的態度

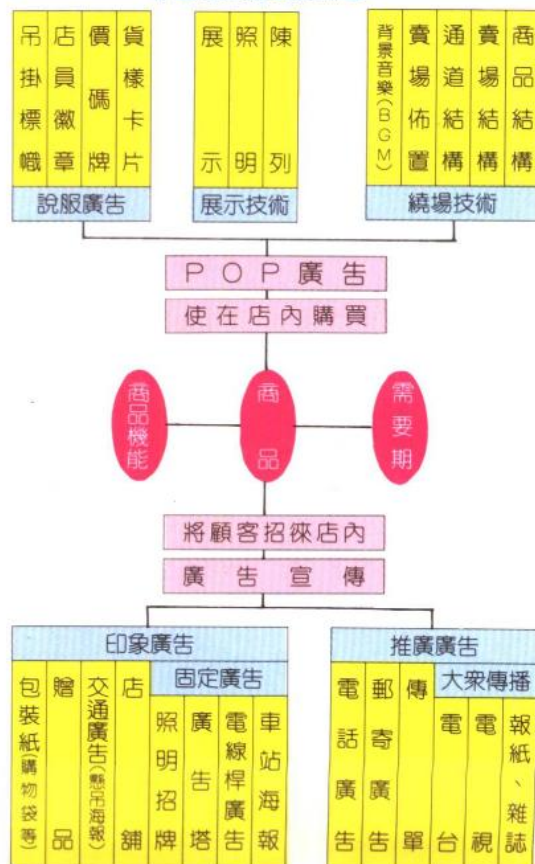
就目前一般零售店所製作的POP廣告來說，利用白紙的底色、再以黑色或紅色彩色筆標明商品名稱及價格的粗製濫造情形已逐漸減少；然而，畫面過於複雜的廣告卻極易導致主題意識不清的不良後果。如果在一張POP廣告上面，除了商品名稱及價格之外，同時寫滿其他與促銷活動有關的資訊，則顧客往往必須從雜亂的資訊中辛苦找尋自己所關心的重點。因此，對於所要傳達的資訊不妨採取故事性的表現方式，根據商品性質製定價碼牌、貨樣卡片、主題POP、訊息POP、形象POP等，予以分類處理。要知道，一個能夠維持平衡的POP廣告，即能使人產生安定感，從而安心地購買，當然，一項製作成功的POP廣告對於提昇商店的名譽更有著莫大幫助。此外，若能讓顧客在你的店內選擇商品時就像在探索故事情節一般，那麼，他們在採購時的心情必然更加愉快舒暢了。



業界POP廣告意識

許多百貨公司、超級市場等大型商店均將POP廣告視為促銷的第一途徑，他們同時經常利用商品手冊，企圖使POP廣告系統化。一般中、小型的零售店有鑑於此，也已逐漸利用POP廣告做為與消費者溝通的工具。由此可見，業界對POP廣告的認識無疑已日益加深。值得注意的是，有關POP廣告的應用必須考慮店內整體的平衡，將每一件廣告——如價碼牌、貨樣卡片、主題POP、訊息POP、形象POP等加以分門別類，並做最大限度的利用。大體而言，POP可以說就是使店內購買行為與「銷售」產生直接關係的重要媒體。下圖即為一般小型商店的促銷關係圖。

小型商店促銷關係圖



POP廣告在行銷

在過去經濟高度成長的時代，行銷最重要的主題是將便宜的商品大量提供給消費者，即使是零售店，也往往備有大批商品以供顧客選擇。但在經濟趨於平穩的今天，市場已成熟，商品種類亦多采多姿，使消費者選購商品的動機變得複雜且呈多樣化的發展。

在這種趨勢之下，如果仍採以往那種「廠商→零售店→消費者」單行道的方式送出商品資訊，則雖可把顧客招來店內，也很難使之與購買連接。唯一有效的方法就是採取零售店→消費者雙向式溝通手段。由於此故，對於在零售店內做為顧客與商品接觸媒體的POP廣告，近年來已倍受業界的重視。POP可以說是以傳達報紙、電視所無法詳述的商品資訊及店鋪主張為目的的手段，做為店鋪與顧客交流的憑藉，而POP廣告的千變萬化正亟待人們去掌握。



屬於你店內的POP廣告

根據某商會的調查，顧客所喜歡的店是……

「澈底做好價格、品質標示的店。」

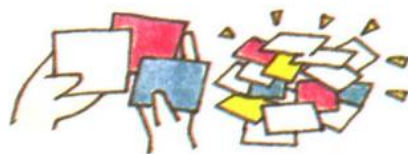
「不必聽店員嘮叨、可自由選擇的店。」

換言之，顧客希望的就是POP廣告。因此，為方便顧客，讓他們擁有絕對自由的選擇空間，POP廣告的製作應是刻不容緩的工作。但首先必須注意下列各點：

- 目前你想推銷的商品是否已有POP廣告？
- 不必要的商品是否也有POP廣告？
- POP廣告有無污損、傾斜的現象？



- 你能否回答顧客想知道的事項？
- 對意欲傳達的商品資訊是否已歸納出兩、三點？



- 說明是否簡捷、具體、有力？
- 是否載有令顧客感覺獲益的訊息？



- 價格是否標示清楚？

SP月曆

月	日	社會活動	季節與生活主題	促銷主題與廣告文案
3	5	童子軍節	童子軍節	●今天，你就是個小大人了！開學典禮的服裝記得要穿得正式一點 ●脫去外套仍是瀟灑的男子漢，春天的三件式 ●你瞧 春色於於 正是搭配可愛洋裝的季節 ●只要稍微早起 就買到全新八折運動服 ●成為春天亮麗的女上班族 春日外套拍賣日 ●風和日麗裡 金色年華女士的穿著 ●寒冬過去 伴之而來的是春季羊毛料
		春分	開學典禮	
	8	婦女節	春假	
	12	植樹節	春日婚季	
4	29	青年節		
	1	愚人節	開學	●年輕的腳步 新春的夾克 ●周末搭配帥氣的襯衫牛仔褲 ●春裝 一流廠牌 三流價格 ●溫和的春分日 適合針織品打扮 ●為外套前襟受注目的季節 波希米亞領帶系列全面特價出售 ●讓淘氣的小老么穿吊帶牛仔裝 ●展現各種淡雅色彩的春天便鞋
	4	兒童節	賞花	
	5	民族掃墓節	春之祭	
			海灘尋貝殼	
5			春季休閒活動	
	1	勞動節	黃金週	●休假 兜 請穿針織品 ●即使母親也嚮往活力的人生 女性彩色牛仔褲系列 尺碼齊全 ●使外套褪去後的你瀟灑依舊 條紋紐扣型襯衫 ●酷暑半正式場合 可穿單層和服 ●想擁有另一套套裝嗎？請嘗試二件式淑女裝 ●五月的陽光比夏日還盛 帽子 出門時少不子它 ●請穿休閒襪突顯您腳部優美的線條
		兒童讀書週	新茶的芬芳	
	4	文藝節	家族小旅行	
	5	舞蹈節	母親節饋贈	
		立夏		
		母親節（第二個星期天）		

月	日	社會活動	季節與生活主題	促銷主題與廣告文案
6		農曆五月五日為端午節	換季 進入梅雨季	●要成為儀表出眾的上班族 ●皮鞋也需要休息 上班皮鞋大拍賣 ●陰雨綿綿的日子也能保持整潔的穿著 整套雨衣特價期間 ●每日雙腳弄得髒兮兮的人有福了 襪子超特價 ●為易出汗疹的寶貴購買吸汗透氣的棉布衣服 ●洋傘為本季裝飾重點 ●一當出汗可隨時清洗夏日休閒服飾
	3	禁煙節	吃粽子	
	6	工程師節	子做春囊	
	9	鐵路節		
7		夏至		
	1	漁民節	海濱 山區休閒	●妳想做海灘女王嗎 新上市泳裝展 ●穿著涼鞋 享受休閒氣氛 ●好動的你常常出汗嗎 毛巾七折優待 ●本季為展示玲瓏曲線的季節 胸罩乃關鍵處 ●再多幾件也不夠 丁恤拍賣 ●白天香港衫 晚上是浴袍 ●陽傘為夏日古典的裝飾
	5	合作節	暑假活動	
	11	航海節	暑期間候	
		暑假		
8		大暑		
	8	父親節	殘暑問候	●今年暑假特別漫長泳衣不妨多買幾件 ●吸汗又耐洗的棉質泳褲 ●今、此間為熱帶 休閒裝八折起 ●想擁有舒適的office time 應穿著寬鬆的棉製套裝 ●吸汗質薄的制服 丁恤總拍賣 ●使夏天皮膚更添光彩的項鍊 寶石 裝飾市場特價
		立秋	中元節慰靈舞	
		農曆中元節	中元節休假	
		農曆七夕（七巧節）	返鄉	
			父親節饋贈	

AUTUMN

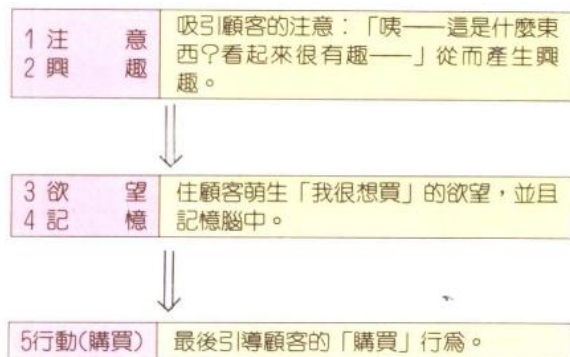
月	日	社會活動	季節與生活主題	促銷主題與廣告文案
9	1	記者節	防颱對策	●換季還有一陣子 夏季衣料全面半價
	3	軍人節	秋季 賞月 中秋夜	●流行快報 新產品羊毛外衣進貨
	9	體育節	運動會	●帥氣的女孩 啊！海
		農曆八月十五日	秋季婚禮	●多層髮型等著妳
		中秋節		●彩色長統襪 穿出秋天的氣息
10	28	教師節		●婚季來臨 秋季禮品總匯
	23	秋分		●三件式套裝 秋季色彩大集合
				●請穿棉質外衣 抵禦早晚的嚴涼
		農曆9月9日重陽	食欲之秋 行樂之秋	●欲穿出派頭 請訂製英國料西裝
	10		運動之秋	●在這落葉之秋 讓淑女套裝襯托妳的內涵
11	25	國慶日	讀書之秋 藝術之秋	●在蔚藍的天空下盡情享受流行！秋季運動裝特輯
		光復節	菊花偶·遠足漫長秋夜·點心	●服裝之美 唯有秋天可以襯托
		讀書週		●太太的便服 請選用羊毛製品
				●仿麂皮皮包 最適合浪漫的秋季
				●秋天運動衫 法蘭絨為最佳選擇
	1	商人節	感恩節慶	●小淘氣打扮成小紳士·小淑女 本季大拍賣
		立冬	火災預防運動	●今秋穿套裝豪華一下 碎花秋裝出售
	11	司法保護節		●舞會季節來臨 禮服出發待購
	21	防空節		●羊毛領帶使衣領更增光采
				●今冬貨品已購置齊全 敬請瀏覽參觀
				●好運動的小孩 請給他穿高領毛衣
				●柔細不扎人·不起毛球的嬰兒毛衣上市

月	日	社會活動	季節與生活主題	促銷主題與廣告文案
12		大寒	歲暮	●善用年終獎金 高級黑色禮服等你來
		冬至	發獎金	●抵擋冷冷寒風 厚實的羊毛衫
	25	聖誕節·行憲紀念日	寒假	●這是個熱鬧的社交季節 打扮計劃需要趁早
			辭歲節目	●聖誕老人來了！店內充滿著新奇好玩的禮物！
	31	除夕	耶誕舞會	●週末搭配服裝再適宜也不過了 少女褲裝展示
1			返鄉	●穿上馬靴 能使流露出男兒氣概
				●輕·薄·暖 內衣三冠王
	1	元旦·開國紀念日	拜年 福袋 試筆	●新款西裝即日超特價優待
	11		冬季運動	●又是一年的開始讓您的打扮令人耳目一新
	15	司法節	隆冬問候	●不懼北風來襲 可愛寶寶身著羊毛衣
2	23	藥師節		●暖身從足部開始 請購買色彩繁多的冬季緊身褲
		自由日		●冬天才開始 請用毛皮外套做好過冬的準備
				●為銀白的下雪天加點色彩 請使用時髦的彩色陽傘
				●穿上雪衣 阻斷寒風吹襲
		立春	節分灑豆	●趕走寒冬！！冬季物品總清倉
		農曆十二月三十一之為除夕	情人節愛的禮物	●加快腳步迎向新春 針織品特賣活動正式展開
		農曆一月一日春節	早春·梅祭	●何不嘗試感覺新鮮的外出服
			年節購物	●起步會拉開差距 傳統西服搶灘
	14	元宵節		●呼喚春天的演出 等待春天時裝特賣
		情人節		●大一號的春裝一直穿到秋天——嬰兒服
				●凍人的早晚 記得戴厚皮手套

零售店POP廣告有哪些……

POP廣告為促銷的重要支柱，它同時也具備吸引顧客入店、及表現賣場的機能，特別是後者，與設計、陳列為同樣重要的因素。有不少的例子顯示，製作POP的技術如能提升，必可立即使銷售額隨之水漲般高。這不禁使人懷疑，一旦過度強調POP的重要性，難免造成喧賓奪主，且令人產生一種錯覺，以為商品即使是劣質品，只要有好的POP廣告就不怕銷不出去。但是，事實並非如此，關於品質，商品不僅不得偷工減料，且更需具備其獨特價值及推銷重點，才可能使POP廣告切實發揮功用。無論如何，商品是「主」，POP廣告是「從」，二者角色絕對不容許隨便調換。

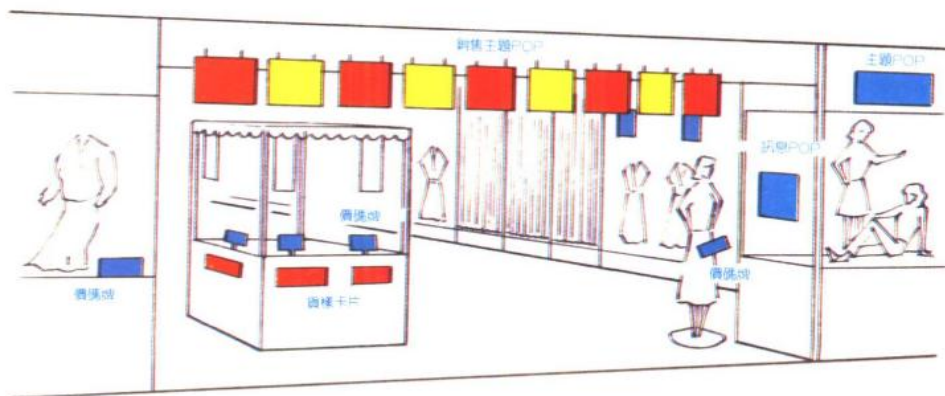
使顧客的「注意力」集中於商品再導向「購買」的過程，可劃分成下列五個階段來進行探討。同時，製作POP廣告時，亦需以這五個階段為依據，先決定POP廣告的內容與位置，再引導顧客購買商品。



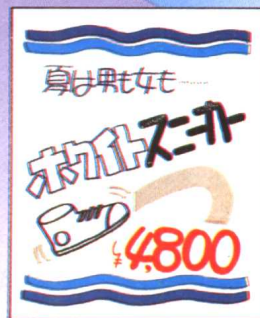
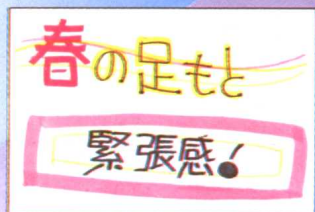
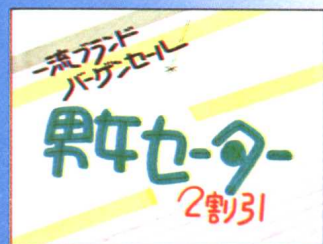
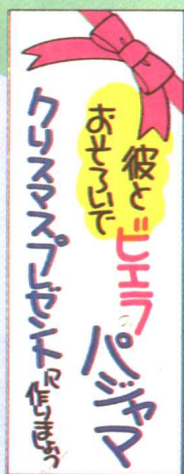
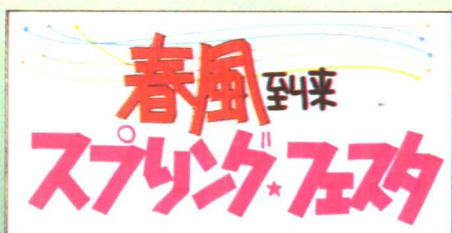
POP廣告目的分類表

(賣的POP) 與 (看的POP)

	賣的POP(直接的)	看的POP(間接的)
機能	● 充當顧客的購物助理。 ● 代替店員直接銷售。 ● 促進衝動購買。	● 提高店的氣氛。 ● 演出充滿季節感的活動氣氛。
種類	● 特別是自己店內製作的價碼牌與貨樣卡片。	● 賣場指引、吊牌、海報、裝飾板、柱間和牆面的裝飾。
製作	由店老板、店員、賣場負責人親手製作。	主要交由店外或店內美工人員製作。
展示期間	短期展示。 ● 三日——週之間。	● 為時較長的中、長期展示。 ● 全年使用的店前招牌。 ● 整季使用者。
文案	● 直接商品說明。 ● 將使用方法、素材、數量、機能等做簡單說明對顧客訴求。	情報性、流行性、價值感等。使用感性的文句。
文字	● 使用正確、易讀的哥德字體。 ● 特價品應以明快的粗字體加以強調。	● 高雅又有格調的字體。 ● 輕細的華麗。 ● 不乏可讀性的個性化字體。
色彩	紅、藍、黑、黃等對比強的原始色彩。	● 中間色、調和色、同一色系。 ● 金、銀、黑、紫效果也不錯。
價格數字	● 應做出清晰而明確的表現。 ● 拍賣時要註明所以廉價提供的理由。	雖是看的POP，仍應標示價格。數字要小，線條要細。
視覺表現	● 商品說明為文案體。 ● 以街頭、爆發印集中人們的視線。	● 重視感性與視覺性。 ● 使用美觀的照片，挿圖增加視覺效果。
設計	● 在紙面上做大而強烈動感的表現。 ● 字跡不可潦草。 ● 寫在線內。	● 多留空白。 ● 靜態的不平衡美。 ● 曲線有裝飾效果。



POP廣告位置與種類



Ⓐ製造店前銷售氣氛（主題 POP、訊息 POP等）

Ⓑ直接對暢銷與商品等對象商品做訴求（貨樣卡片、價碼牌等）

Ⓒ訴求低價位方商品（價碼牌）

著手POP廣告企劃

一般而言，廠商提供的POP廣告大多無法顧及店鋪個性。把POP做為與顧客溝通的工具時，了解店鋪情況的唯有店內人員，因此也唯有店內親製的POP，方能順利傳達顧客意欲得知的資訊。真正理想的店內POP，不僅具備傳達資訊的功能，還要能

協助顧客了解店鋪態度，從而使他們對該店產生親切感，慢慢付出信賴。果真如此，店內必然呈現一片繁榮的景象了。

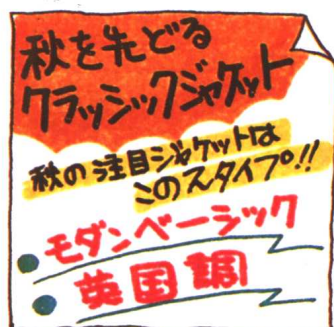


提供屬於年輕人的禮品。



最近年輕人對流行都特別敏感

提供最新流行情報，可相形提高店鋪的形象與信賴感。

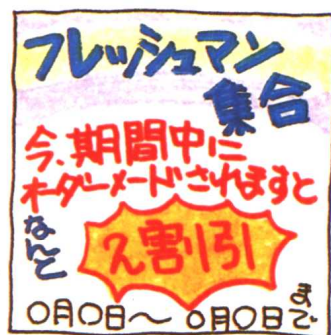


訂作專門店。



訂做的衣服看來比較高貴

通常，訂做給人以高價的印象。附上一些額外的贈品，更能緊緊抓住顧客的心。



鞋與皮包的專賣店。



“真皮”與“合成皮”的選擇對顧客來說意外之難

提供“真皮”與“合成皮”的選擇條件，可讓前來店內顧客安心而產生信賴感。

