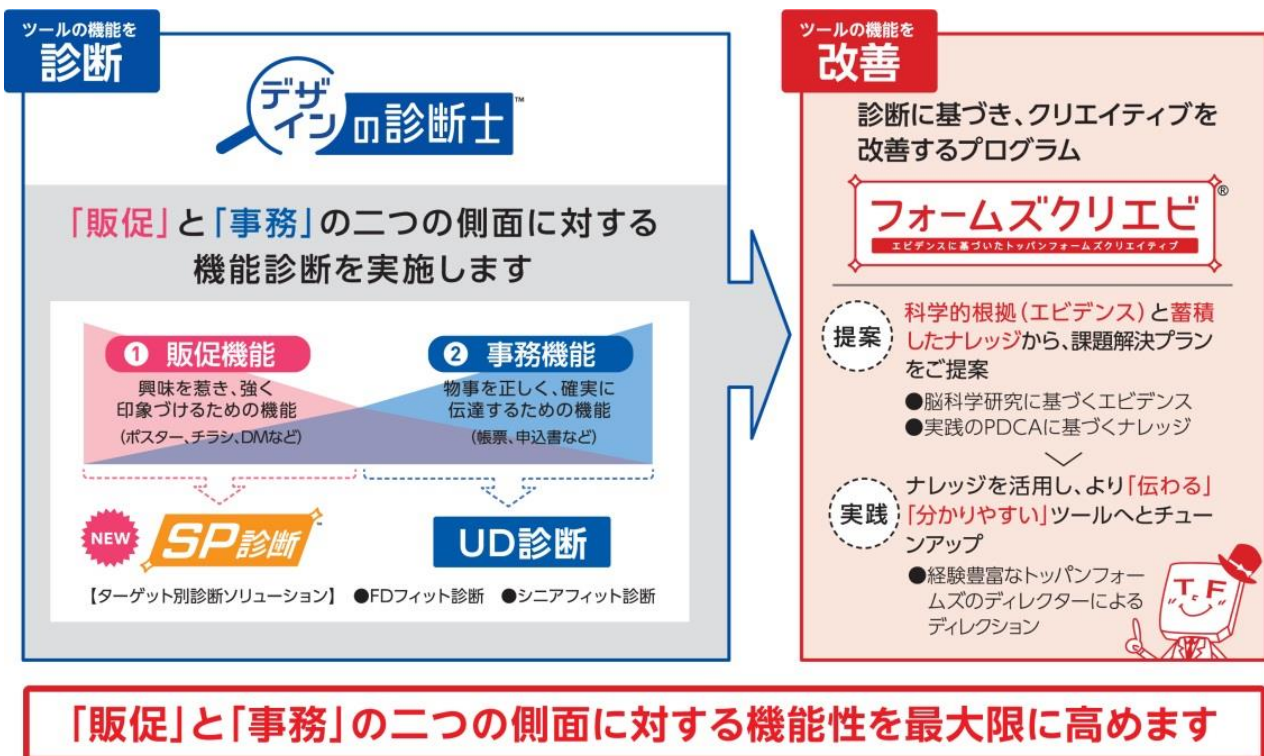


コミュニケーションツールを科学的に診断・課題抽出する 新サービス「デザインの診断士」提供開始

デジタルハイブリッドのトッパン・フォームズ株式会社（以下トッパンフォームズ）は、新たに開発した興味喚起を担う「販促」機能の診断と正しく確実な情報伝達を担う「事務」機能などの視点から、コミュニケーションツールにおけるクリエイティブの課題を包括的に診断する新たなレポートサービス「デザインの診断士」の提供を開始します。

レポートサービスの提供を通じて、各種通知物やWebページ、スマートフォンアプリなどのコミュニケーションツールの課題を見える化し、お客さまの課題共有の効率化やコミュニケーション施策全体のPDCAサイクルの効果測定などを支援します。さらに、科学的根拠（エビデンス）とクリエイターのアレジを取り入れたクリエイティブ改善プログラム「フォームズクリエイビ」と組み合わせ、現状ツールの診断・課題抽出からクリエイティブ改善までを一気通貫に行うことで、お客さまのコミュニケーション施策全体の効果最大化に貢献します。



【トータル診断サービス「デザインの診断士」について】

「デザインの診断士」は、コミュニケーションツールの課題に対し、販促機能の診断メソッドと事務機能の診断メソッドを組み合わせることで、2つの側面からクリエイティブの課題を抽出し、お客さまにレポートします。

【販促（SP）用ツール診断サービス「SP 診断」について】

またコミュニケーションツールの販促機能の診断・課題抽出に特化したレポートニングサービス「SP 診断」も提供を開始します。抽出した課題をクリエイティブの改善につなげることで最大限の販促効果を創出、お客さまの販促施策の成功に貢献します。

「SP 診断」は、販促ツールに求められる「興味を惹き強く印象付ける」機能が備わっているかを、(1) 色の使い方 (2) 注目の集め方 (3) レイアウト (4) コンテンツ整理 (5) コンバージョン強化、といった5つの視点から診断し課題を抽出し、レポートします。



【今後の展開】

トッパンフォームズでは、機能別・ターゲット別の診断サービスとクリエイティブの改善サービスを組み合わせることで、コミュニケーションツールの課題抽出・把握から改善まで支援していきます。またパンフレットや各種通知物などの印刷媒体や Web ページ・スマートフォンアプリなどの各種デジタル媒体に対応することで、効果的なコミュニケーション施策の実現を支援し、企業の効果的かつ円滑な顧客コミュニケーションに貢献していきます。

トッパンフォームズは、2020 年度までに「デザインの診断士」を中心としたクリエイティブの診断、改善サービス関連の売上 10 億円を目指します。

以上

※ 「デジタルハイブリッド」「フォームズクリエイビ」は、トッパン・フォームズ株式会社の登録商標です。

※ 「デザインの診断士」「SP 診断」は、トッパン・フォームズ株式会社にて、商標登録出願中です。

※ その他記載された製品名などは各社の登録商標あるいは商標です。

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

トッパン・フォームズ株式会社 経営企画本部広報部 TEL:03-6253-5730