

ネット広告

Webサイト

チラシ・ポスター

TVCM

動画

広告・マーケティングに役立つ

心理学実践講座

【東京会場開催&オンライン開催】2025年3月17日(月) 1日集中

一流のマーケターやプランナーほど熟知している
人の心が動くメカニズム

返報性の法則

カクテルパーティー効果

バンドワゴン効果

テンション・リダクション効果

カリギュラ効果

罰への欲求

フォールス・コンセンサス

ハロー効果

ザイオンズ効果

ツァルガニック効果

マジカルナンバー7

シャルパンティエ効果

マッチングリスク意識

プラシーボ効果

初頭効果

エピソード記憶

リフレーミング

こんな方におすすめです

- ▶ 人が動く原理を知見として蓄えたい
マーケターの方へ
- ▶ 着想を得るにはデータや数字だけでは物足りない
プランナーの方へ
- ▶ コピーや表現を刺さるものに磨きあげたい
クリエイティブディレクターの方へ

メディアやテクノロジーがどれだけ進化しても変わらない
人の心を動かすための原則を学ぶ。

研究し尽くされた人の心の理論をおさえ、 経験を掛け合わせればユーザーの反応が変わる

経験で組み立てた自分の企画で 人が動くとはっきり言えない…

日頃から企画を考えている方は、その都度裏付けとなるデータは異なるものの、最終的なアウトプットに新しい切り口がなく、マンネリ化していると感じています。また、経験則に基づいた企画自体に一定の自信はありながらも、人が本当に動くのかという点には説得材料が欠けることもしばしばです。

普遍的な心理学×シーンで 人の行動の原動を掴む

心理学の研究の歴史は長く、何十年も前の法則が塗り替えられることなく現在でも使われています。この心理学の普遍性に具体的なシーンを掛け合わせることで、より深いユーザーのインサイトを見つけることができます。本講座では、説得に使えるターゲットの心を動かす根拠と、戦略への組み込み方を学びます。

講座のポイント

Point1 人の心を動かす 原理・原則

ユーザー心理はどう動いているのか。
行動変容を心理学的アプローチで読み解く。

Point2 反応率を高めユーザーの行動 につなげるための実践

行動や購入に結び付けるための
企画やコピーの考え方を学ぶ。

■消費者の行動と心理学



AIDMAやAISASなど、マーケティングで語られる購買行動の心理学的プロセスがあります。最終的な購入や共有という行動までの間で何が一つひとつの行動を起こさせるのか。本講座では、そのポイントを掴んだ上で実務に応用していくためのノウハウを学びます。

このような課題をお持ちの皆さまへ

そもそもユーザーのこの行動は、
どういう心理が
はたらいっているのだろう。



データを踏まえて仮説を
立てることはできるが、
本当にその施策で人が動くかという点、
明確な理由はない。



提案する企画に対して
経験則以外の根拠を
提示できていない。



広告やマーケティングに心理学が
生かせそうだと思っているが、
範囲が広いので、実務に生かせる
ものに絞って学びたい。

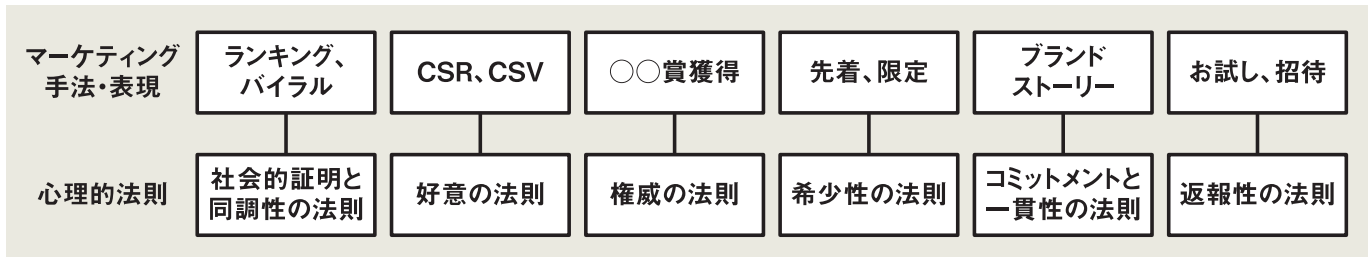


学習のポイント

セオリー編

広告・販促・Web等で使える心理学の法則を総整理

無意識に使っていたあの手法には、明確な裏付けがあった



多くの企業が使っている広告コミュニケーションの手法・表現には、実は心理学が深く関係しています。コミュニケーションを考える際に、そのコミュニケーションがどのように人の心に働きかけているのかということを知っておくことで、一つの手法から他の施策へ応用が可能です。人の心の動き方は、心理学の知見を通して見えてきます。また、広告やマーケティングに経験豊富な上司や提案先は、どこかで見たことのある企画では簡単に納得しません。そういった方ほどアカデミックな内容に関心を寄せています。本講座では、人の心を動かし、行動を起こさせるプロとして、知っておくべき人の心理のメカニズムをおさえます。

実践編

心理学の知識を戦略へ組み込む方法を伝授

知識を企画に。壁を感じるこのステップを乗り越えるには？

心理学を実務で活用することに難しさを感じ、本を読んだけれどうまく生かせていない…と感じる方も多くいます。その理由として考えられるのが、心理学の法則そのものから企画を考えるにはプロセスが明確でないということです。そこで本講座は、単なる知識吸収で終わらず、考え方を学び、実際の施策に落とし込めるカリキュラムを実施します。

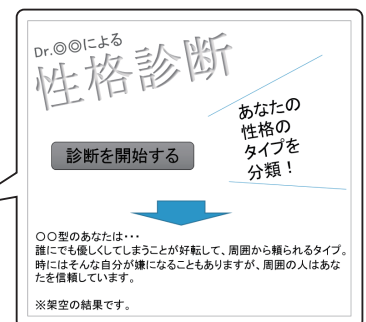
■心理学の法則

バーナム効果

誰にでも該当する曖昧で一般的な記述を、
自分だけに当てはまる正確なものとして捉えてしまう心理現象。

- ① 悪い気にさせない前向きな内容で、
- ② 自分にだけ適合すると匂わせ、
- ③ 発信者の権威（第一人者であること）を信じている時に、より高い効果を発揮する。

■実際の例



■法則の要素を広告で使える形へ整理

～自分だけに当てはまるように捉えてもらうために～

- ① 応援するような、前向きなストーリー
- ② 自分を重ねられて、共感できる主人公
- ③ 登場人物のブランド性や風格

→人は自分のコミットした対象を高く評価してしまう(コミットメントと一貫性の法則)ため、そのブランドのファンになりやすい。

■要素をおさえたストーリーの組み立て

ターゲットとする層が自分だと思えるような主人公…②、③

例) 仕事を頑張っているが、ハードで人間関係にも少々お疲れ気味のサラリーマン

つらさを元気に変えるストーリー…①

例) そんな自分にビールがご褒美を与えてくれる、ビールが明日の原動力になる

→心を動かすコピーやメッセージ、ストーリーへ

明日から即活用できる、実務的なカリキュラム

時間	テーマ	講義内容	講師
10:00 ~ 12:00	認知・購買行動に影響する心理の分析 ~心理学×マーケティングのルールをストック~	人の心と購買行動/思わず買ってしまったくなる心理を作る/マーケティング手法に潜む心理学/心理学が実現する自分ごと化(マーケティングのゴール)	四元正弘氏
13:00 ~ 15:00	心理学で広告コミュニケーションを最適化する① ~人を振り向かせるメッセージ開発~	最新脳科学を広告コミュニケーションに生かす/ストーリーテリングで自分ごと化を促すインサイトを発見する/インサイトを踏まえたキーメッセージ開発ワークショップ	
15:20 ~ 17:20	心理学で広告コミュニケーションを最適化する② ~行動を決める導線づくり~	広告に触れる際のユーザーの心理/Web上の行動で心理が出やすい理由/心理を上手くついた戦略的の立て方/心理学を踏まえた導線づくり/心理学を踏まえたクリエイティブ	

※講師・カリキュラム・日程は都合により変更となる可能性があります。予めご了承ください。

講師プロフィール



四元 正弘 氏 四元マーケティングデザイン研究室 代表、元 大阪大学 客員教授

1960年神奈川県生まれ。東京大学工学部卒業。サントリーでワイン・プラント設計に従事し、発明協会賞を受賞。87年に電通に転職。メディアビジネスの調査研究やコンサルティング、消費者心理分析に従事する傍らで筑波大学大学院客員准教授も兼任。2013年3月に電通を退職し独立、現在は四元マーケティング研究室代表を務める。主たる専門領域である消費心理・動向分析では日本の第一人者としてその分析には定評があり、このテーマでの講演多数。また地域ブランド開発も手がけ、多くの県や市町村の委員会などにも積極的に参加、ワークショップファシリテーションも行う。

受講生の声

各法則が、文脈と具体例とで体系的に整理されていてとてもわかりやすかったです。また、心理学ということで理解できるかどうか心配でしたがそれも「身に覚えのある」原理でわかりやすかったです。理論をどう実践に落としたいかイメージが掴めました。 メディア マーケティング部

現代の消費者、SNSにおける人の心理も学べたのでよかったです。自社のSNSの投稿内容について役立てたいと思います。有名な事例を解説いただいて、成功/失敗の「なぜ」がよく理解できました。 広告 営業

普段なんとなく分かったつもりでいる消費者の心理ですが、その考え方と大切さを改めて学ぶことができました。マーケティングの素人ですが、どのようなアプローチを実際のマーケターが考えているのか理解が深まりました。物語マーケティングの考え方はマーケティング戦略を考える際の参考になりそうです。 メーカー 販促担当

講座概要

- 開催日程：2025年3月17日(月)
 - 講義時間：10:00~17:20
 - 講義形式：東京会場(南青山)開催&オンライン開催 ※ZOOMを活用予定
 - 受講定員：30名 ※東京会場(南青山)
 - 受講金額：59,000円(税込 64,900円) ※申込金5,000円(税込 5,500円)含まず
 - 受講対象：企業の宣伝部、マーケティング部、販促担当の方
- 広告会社、制作会社、SP会社などのプランナー、クリエイター、営業、コピーライターの方

お申込みはWebから またはこちらまで
FAXにてお送りください

➔ **03-3475-3033**



WEB申込 ➔ すぐ受講いただけます

FAX申込 ➔ 受講環境の設定に関する手続きのため 1週間ほどお時間がかかります

広告・マーケティングにお申込者情報記載欄	会社情報	会社名	TEL		
		住所 〒			
	申込者様	氏名	所属部署	役職	生年月日
		Eメール			
派遣責任者様	氏名	所属部署	役職	生年月日	
	Eメール				
申込形態		①企業申込(請求書を発行します)	②個人申込	宣伝会議からの情報	①いる ②いない ③すでに届いている

お振込み先 三菱UFJ銀行 青山支店 普通 1145602 口座名義：株式会社宣伝会議

※受講は受講者本人に限ります。他人に貸与・譲渡することはできません。尚、同一の講座を別の方に受講いただくことは禁止としております。※お申込み後のキャンセルは原則承っておりません。※万一、受講前に受講予定の方の参加ができなくなった場合は、事務局までお問合せください。同一講座の受講中において、参加者の途中変更はできません。※一旦納入された申込金・受講料は、受講前・受講途中にかかわらず、いかなる理由であっても払い戻しや次期への振り替えはできません。※天候不順によるアクシデントや講師の都合、受講者数が一定数を下回った場合等、諸事情により直前に開講日程が変更・中止となる場合がございます。その際、交通・宿泊費等の保証はできませんのでご了承ください。※弊社と発注者は互いに暴力団、及びその他の反社会的勢力に該当しないことを表明・確約します。万が一、上記に反していることが判明した場合には、直ちに無条件で本契約を解除します。※弊社と同様の教育講座を開催している企業、人材紹介業、受講生への営業・勧誘等を目的とするご受講等に関しましては、審査の上、お申し込みをお断りする場合がございます。また、お申し込みから審査までの間に、ご請求書類の発送など、決済処理の進行が行われる場合がございます。あらかじめご了承ください。※本申込書により宣伝会議が取得した個人情報を受講手続きや各種連絡、講座運営、ダイレクトメールなどの方法で出版物や講座、イベントのご案内等をお送りするために利用します。プライバシーポリシー(https://www.sendenkaigi.com/privacy/)をお読みいただき、同意の上、お申し込みください。

お問合せ

株式会社宣伝会議 〒107-8550 東京都港区南青山3丁目11番13号
TEL：03-3475-3030 E-mail：info-educ@sendenkaigi.com www.sendenkaigi.com/class/

