

食の販促 チェックシート

全20項目・所要時間 約3分
見せ方／発信／制作体制／成果の4カテゴリ

「何から改善すればいいかわからない」という状態を整理するための、無料の自己診断シートです。当てはまらない項目にチェックが多いほど、販促の伸びしろが大きい状態です。まずは現状把握からご一緒にします。

01 見せ方

5項目

- ☐ 料理・商品の写真は直近1年以内に撮影したものだ
- ☐ スマートフォンでもシズル感が伝わる写真になっている
- ☐ ブランドのトーンが媒体をまたいで統一されている
- ☐ 商品の使い方や食卓シーンを写真から想像できる
- ☐ BtoB用とBtoC用に必要な素材を分けて用意している

03 制作体制

5項目

- ☐ 企画意図を全制作パートナーが共有できている
- ☐ 撮影前に全媒体の必要カットを洗い出している
- ☐ 追加撮影が起きた理由を振り返る仕組みがある
- ☐ 素材の使用範囲と期間を管理している
- ☐ 社内担当者の進行負担を把握できている

02 発信

5項目

- ☐ SNSの更新担当と頻度が決まっている
- ☐ 投稿を毎回ゼロから考えずに済む仕組みがある
- ☐ Googleマップやグルメサイトの写真は最新だ
- ☐ ECページはスペックだけでなく食べる理由を伝えている
- ☐ 季節や販促カレンダーに沿った企画がある

04 成果

5項目

- ☐ 相談・資料DLなど複数の入口を用意している
- ☐ 媒体ごとの反応を計測している
- ☐ 公開後の改善担当が決まっている
- ☐ 1回の撮影素材を複数媒体へ展開できている
- ☐ 次の制作に活かす振り返りをしている

チェックの数で、伸びしろがわかります

0～5個

すでに仕組み化できています

6～12個

分断が発生しはじめています

13個以上

まとめて設計し直すタイミングです