



英語のテキストと日本語の意味

英語	日本語の意味
NOOM WEIGHT	NOOM ウェイト
Lose weight through behavior change, not fad dieting.	流行のダイエットではなく、行動の変化で減量しましょう。
WEIGHT	体重
YO-YO DIETING	ヨーヨーダイエット
TAKE THE QUIZ	クイズを受ける

分析と解説

使用されている心理効果

- 自己改善効果

- 「行動の変化で減量」というメッセージが、自分自身をより良くしたいと思う消費者の心理に訴えかけています。流行のダイエット方法ではなく、長期的な成果を目指すNOOMのアプローチが自己改善に焦点を当てているため、消費者は「自分も成功できるかも」と前向きな気持ちを抱きやすくなります。

• コントラスト効果

- グラフ上に「YO-YO DIETING」と「NOOM」の2つの異なる減量パターンを描き、視覚的に比較しています。ヨーヨーダイエットの上がり下がりに対して、NOOMの緩やかで安定した減量の線が描かれており、NOOMのアプローチがいかに持続的であるかが一目で理解できるデザインです。このコントラストが、NOOMのアプローチの信頼性を強調しています。

ターゲットと目的

ターゲットは、流行のダイエットで効果が続かないことに不満を感じている人々や、長期的な健康改善を求める成人層です。目的は、NOOMの行動変容を重視したダイエットプログラムに興味を持たせ、クイズを通してプログラムに参加してもらうことです。

アイキャッチ

「YO-YO DIETING」と「NOOM」の2つの減量方法が視覚的に対比され、NOOMの持続的な効果が強調されています。特に、ピンク色のヨーヨーダイエットの波形と、安定した緑のNOOMのラインが一目でわかり、視覚的に興味を引きます。また、笑顔の絵文字と困り顔の絵文字が並ぶことで、ポジティブなイメージがNOOMに結びつきます。

バナーのレイアウト

左上にNOOMのロゴとメインメッセージ、右側に視覚的なグラフが配置されています。下部に「TAKE THE QUIZ」ボタンが配置され、視線がグラフから自然にボタンに導かれるようにデザインされています。このレイアウトは情報が分かりやすく、行動喚起がしやすい構成です。

配色

明るいピンクと緑のコントラストが印象的で、NOOMのアプローチが他と異なることを視覚的に示しています。ピンクはヨーヨーダイエットのストレスや不安定さを表し、緑は健康や安定を連想させ、NOOMのアプローチにポジティブな印象を与えています。

使用写真

写真は使用されていませんが、波形グラフと絵文字が感情を視覚的に表現しています。これにより、テキストだけでは伝わりにくい感情や体験が一目で伝わり、グラフがNOOMの安定性を直感的に示しています。

文字の大きさと写真とのバランス

メッセージの文字サイズは大きく、「TAKE THE QUIZ」ボタンも目立つように配置されており、消費者がすぐに行動を起こせるデザインになっています。グラフとテキストのバランスが良く、視覚的に情報が整理されていてわかりやすいです。

なぜこの広告が素晴らしいのか

この広告は、視覚的にNOOMの減量アプローチが持続可能で効果的であることを明確に伝えています。ヨーヨーダイエットの短期的な効果に対して、NOOMの長期的な行動変容のアプローチが安定した効果をもたらすことを視覚的に示しており、消費者に「NOOMなら続けられるかも」と感じさせる効果があります。また、「クイズを受ける」という行動喚起がはっきりと表示されているため、興味を持ったユーザーがすぐに行動を起こしやすく、マーケティング効果が高いデザインです。

ぼんのまとめコメント

この広告、本当にわかりやすく効果的ですね！「行動の変化で減量しましょう」というメッセージが、ダイエットに悩む多くの人にとって新鮮で前向きな響きがありますよね。ヨーヨーダイエットの不安定なピンクの波とNOOMの安定した緑の線が対比されていて、「NOOMなら無理なく続けられそうだな」と自然に感じさせてくれます。

また、「クイズを受ける」ボタンが下にあることで、興味を持った人がすぐに次のステップに進める設計も良いですね。シンプルなデザインにグラ

フと絵文字を加えることで、言葉では伝えにくい「感情」や「体験」を視覚的に伝えているのも秀逸です。

広告って、こうしてシンプルに見せるだけでなく、見る人に「続けられそう」とか「試してみようかな」と思わせる工夫があるからこそ効果が高まるんです。