

# ブランドスタイリング実践

## スタイリングの心得

- ・現在のアカウントのデザインの印象に縛られないように気をつけましょう
- ・正解は一つではありません
- ・**納得する意味付け**ができることが大切です
- ・多すぎず少なすぎずのパターンを提案しましょう（4、5パターン）
- ・**一緒に選んでいく過程**を大切にしましょう

## スタイリングのまで流れ

60～70分くらいの長さでセッションをします。お客様都合で長引きそうな場合や要請があった場合は追加料金で対応します。

### お客様

#### ①大人かわいいブランドスタイル診断を受ける

Lili大人かわいいブランドスタイル診断  
<https://bs.lilikonno.com/bstest/>



#### ②ヒアリングシートに入力する

ヒアリングシート  
<https://bs.lilikonno.com/bshearing-sheet/>



### スタイリスト

#### ③ブランディングボードを作成する

ヒアリングシートの内容をもとにブランディングボードの作成。  
（プレ期間は）本部へ添削を出しアドバイスをもらう。

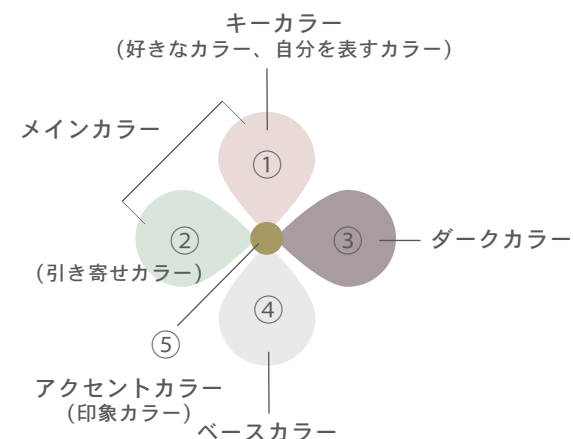
### 【当日】スタイリングセッション

### 【終了後】フィードバック

ブランディングボードとアドバイスシートをできれば当日中にお渡しする。

## ブランディングフラワーの理解

お花に見立てたカラーの組み合わせでブランドカラーを作っていきます。  
この作り方についてはお客様に説明し、理解してもらいましょう。

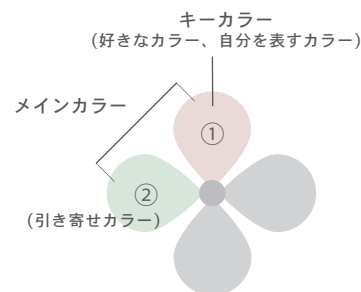


### ブランドカラーの作り方

ブランドカラーは右の手順で作成していきます。  
色作成にはカラーピッカーの基本的な使い方をおさらいしておきましょう。

- ① メインカラー（キーカラー）：中心となるカラー
- ② メインカラー：キーカラーのトーン色違い
- ③ ダークカラー：キーカラーの明度を下げたもの
- ④ ベースカラー：化粧下地のような薄いカラー
- ⑤ アクセントカラー：ゴールド、シルバーなど

- ① メインカラー（キーカラー）：中心となるカラー  
一番メインの印象となる色なので好きな色があれば積極的に採用する。ただし、ターゲットによってトーンの調整は必要です。
- ② メインカラー：キーカラーのトーン色違い  
ターゲットが好み、惹き寄せられるカラーとなる色。キーカラーを決めた後にトーンを合わせて作成しましょう。



カラーをスライドさせる