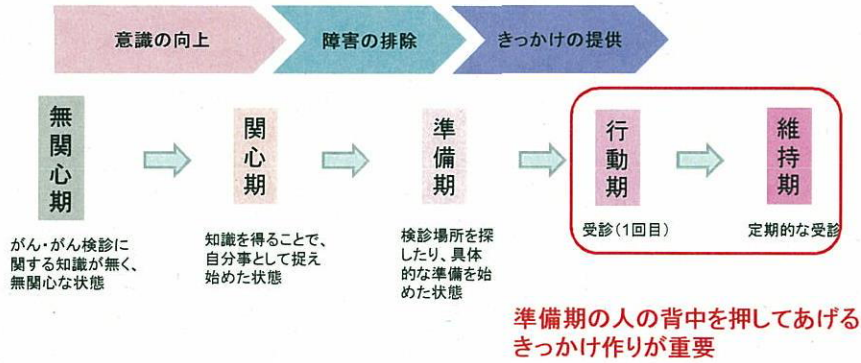


## 理論的枠組み

### がん検診受診率向上に向けた理論的枠組み

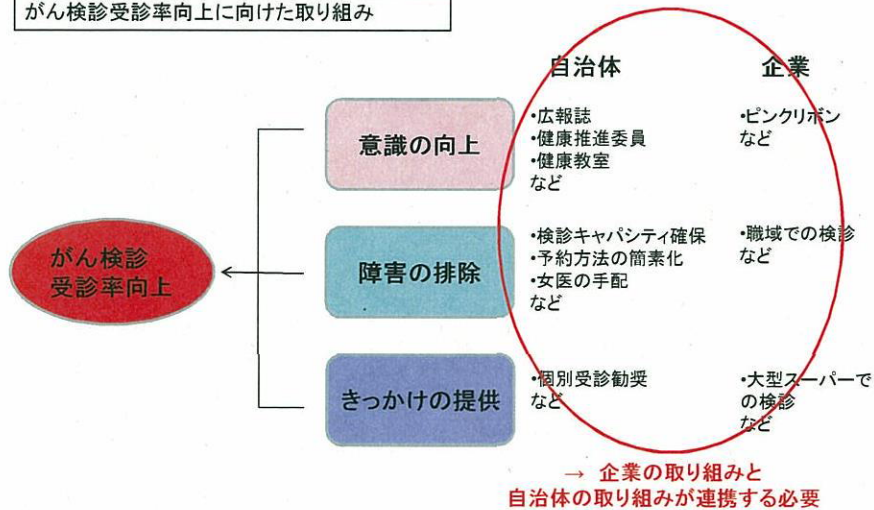
(行動変容- stage of change model)



5

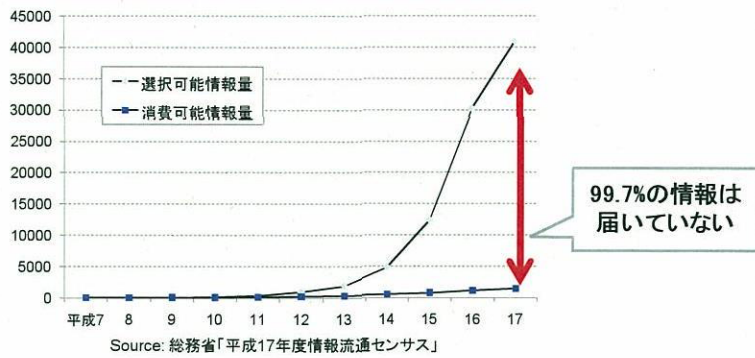
## 受診率向上に対する取組み

### がん検診受診率向上に向けた取組み



6

## 超・情報過多の時代における情報伝達の方法



「大事な情報であれば、みんな見てくれるだろう」という時代の終焉  
 ⇒ 自分に本当に必要な情報しか見えてくれない時代

## マーケティングのフレームワーク

