



## 銅賞

### 国際会計基準(IFRS)に関するシステム導入決裁者との関係性構築DM

▶ 広告主 日本オラクル ▶ 制作社 電通、電通ワンダーマン

#### DMを決裁者の目に留めるための戦略とは

企業のソフトウェア・ハードウェア、ならびにそれらの利用を支援する各種サービスを提供している日本オラクルは、国際会計基準(IFRS)の導入義務化に伴い、DMを起点に財務・会計の決裁者との接触を図る企画を実施した。担当者には多くの類似資料が届いていると予想される中、DMをいかに財務・会計の決裁者まで到達させ、さらにIT部門の決裁者にも回覧してもらえかが課題であった。そこで、封筒がそのまま回覧用バインダーになり、関係者への転送を促す回覧用チェックボックスを設けたDMを制作。「国際会計基準の実態800社アンケート」を封入し、付加価値を高めた。送付後の電話フォローでは、22%の企業で決裁者と、担当者まで含めると32%の企業との接触が実現。DMを起点にした戦略が功を奏したことが裏付けられた。



### MINI CROSSOVER.3D DM

▶ 広告主 ビー・エム・ダブリュー ▶ 制作社 フロンテッジ

#### 3Dオペラグラスから車が飛び出す!

MINI初の4ドアモデルとして話題となった新車種、MINI CROSSOVER。「車に乗って日常から脱出しよう、旅をしよう」という意味を込めて“GETAWAY”というコンセプトを掲げ、日本での発売に合わせて遊び心を表現するDMを展開した。車をじっくり見てもらい、「脱出」というコンセプトを体感してもらうため、折りたたみ式の3Dオペラグラス型のDMを制作。奥の切り込み口にカードを挿入すると車が飛び出して見える仕掛けが施され、車体のカラーバリエーションにあわせて数種類のカードも封入した。4ドアという外見的特徴があることから、従来以上にクルマを見てもらうことを重視したところ、「思わず眺めてしまい、時間が経つのも忘れた」という声も聞かれ、ディーラーへの来場者数は前年と比べ150%アップとなった。



### FANTASY CHRISTMAS 2011

▶ 広告主 三越伊勢丹 ▶ 制作社 三越伊勢丹 宣伝部

#### 作って楽しいクリスマスツリー

日本橋三越では、クリスマス商戦に合わせ、近隣からの来店促進をはかるためにエリアでターゲットを絞り込み、そのエリア全体にあて名なして届けられる「タウンプラス」によるプロモーションを実施。クリスマス独特のわくわく感を高める幻想的なイメージで一貫させ、クリスマスツリーとクリスマスカードをカタログに封入した。はさみも糊も使わず組み立てられるジオラマを楽しんで作ってもらい、家族と絆を深めたりオフィスに飾ったりしてもらうことが狙いだ。作った後もそばに置いてもらうことで、長く関係性を持続できるDMとなっている。さらに、封筒に記載した粗品引換え告知も奏功し、来店客増加に貢献。居住エリアを2種類に分け、封筒で判別できるように記載し、粗品交換で来店した際に効果を測定できるよう工夫した。

