



金賞

GRALD

めぐるめく広告「君にみとれる、君とみとれるさくらんぼ」新たなDMのカタチ

»広告主 かみやま農園 »制作者 JAIGO FORK(上山保治・深谷涼子・小笠原知春)



いつまでも捨てられない心に残るDMを目指す

かみやま農園は、青森県にある果樹園。直売所を開設し、農園で育てた果物類を販売している。中でもさくらんぼはメイン商品であり、利益率がもっとも高い。今回のDMは、主に子育て世代をターゲットに、さくらんぼ狩りへの集客やさくらんぼ販売を促進するために実施された。届いた人の心のどこかにいつまでも残るようなDMを目指し、約1年間かけて企画を練り上げ作成。開封音にまでこだわり抜いて作った封筒の中に、オリジナルイラストで描かれたフリップブック(バラバラマンガ)を同梱し送付した。レスポンス率は約40%に達した。



同梱のフリップブック(バラバラマンガ)は、主人公があこがれの人に見とれるという内容。“見とれる”には、さくらんぼの“実取れる”的意味もかけた。

封筒がスマホスピーカーに変身する驚きのDMで1.8倍の機種変更を獲得! いたれりつくせり機種変更DM

»広告主 ソフトバンク »制作者 博報堂／博報堂プロダクト

道具不要で、DM封筒がスマホスピーカーに変身!

シャープ製スマートフォンの長期ユーザーに対して、新機種への機種変更を促すのが目的。事前の調査から、ターゲットは、DMを開封せずに捨ててしまう傾向が強いことが分かっていた。そこで、“開けて読ませる”ことを主眼に置き、受け手が思わず開けてみたくなる、封筒がそのままスマホスピーカーになるDMを送付した。その結果、開封率は従来DM平均値の1.3倍となる83%に向かう。DMを受け取った人の69%が実際にスピーカーを組み立てた。レスポンス率(機種変更を行った割合)は従来DMの1.8倍となった。



DM封筒が簡単な組み立てでスピーカーになる面白さにより、高音質スピーカーが付いてくる新機種をアピールした。

〈こどもちゃれんじ〉が生む「豊かな親子時間」を体感できるDM

»広告主 ベネッセコーポレーション »制作者 ダイレクトマーケティングゼロ

「親子の豊かな時間」を体感できる教材体験版をお届け

〈こどもちゃれんじ〉は、さまざまな教材を介して、子どもの成長の礎となる体験、つまり「親子の豊かなやりとり」を提供している。しかし、従来のDMは教材自体を売ることに留まりがちで、本来の価値である「親子の豊かなやりとり」を体験してもらえていなかつたという。そこで、今回のDMではその一端を実感してもらえるような教材体験版の開発に着手。音が鳴る玩具は音声バーツを独自開発するなど、試行錯誤を重ねて具現化した。これにより、教材によって生まれる「親子の豊かな時間」を実感してもらえたことが多数の申し込みにつながった。



タッチアクションに応じて「ライオン」「ガオ」などの音が鳴る音声バーツを独自開発。「今までの親子遊びが、こどもちゃれんじなら変わると思った」などの声が届いた。