銅賞

The new Audi TT debut

»**広告主** アウディジャパン
»**制作者** 電通イーマーケティングワン

最新テクノロジーを効果的に伝える古典的ギミック

プレミアムコンパクトスポーツカー「Audi TT」のフルモデルチェンジに際し、来店誘引のDMを実施。メーターパネル内に高解像度ディスプレイを配し、運転に必要な情報すべてをデジタル表示する「バーチャルコックピット」という最先端機能を理解してもらうために採用したのが、見る角度によって絵柄が変化する視覚ギミック。以前から存在する古典的な仕掛けゆえの受け入れやすさが、かえって最新テクノロジーを端的に伝えるのに効果的であると考えた。

アディダス・リーボック 2015S/Sプレスプレビュー招待状

»**広告主** アディダス ジャパン
»**制作者** プロスパーグラフ

シューズの型紙を切り離すと本のしおりに

スポーツ用品メーカーのアディダス ジャパンは、同社が抱える2つのブランド、アディダスとリーボックの内覧会の招待状をプレス関係者へ送付。DMには両ブランドのシューズの型紙を同封した。この2つのシューズの型紙は互いの靴底をくっつけたようにつながっているが、2つに切り離せば本のしおりとして使え、靴紐の部分はスピン(しおり紐)になっている。DM送付者の55%の人が来場し、過去最多の来場者数を記録した。

会員向けオンライン・サービス登録 (Eメール受信設定)促進DM

»**広告主** アメリカン・エキスプレス・インターナショナル, Inc.
»**制作者** ホガス・アンド・オグルヴィ

まるで本を開くように開いてもらう圧着DM

アメリカン・エキスプレス・インターナショナル, Inc. は、カード会員向けオンライン・サービス登録促進のためのDMを制作。圧着DMを立体の「本」に見える形にして、それを開く動作を、本を開く動作に見立てた。また、本のページに挟まれた付箋のようにQRコードを半分隠れて見えるように配置することで、受け取った人が圧着を開きたくなるようにした。1.65%の人が発送30日以内にWebサイトにアクセスした。

原寸大おせちDMで購入前の不安を払拭! リピート客プラス新規顧客獲得で売上123%!

»**広告主** いなげや
»**制作者** フュージョン

中身がよくわかる原寸大おせちはインパクト大

スーパーマーケットのいなげやは、おせちDMを企画する際に、過去のおせち購入者は比較的高齢者であるとの分析結果から、高齢者に向けた訴求方法について考えた。そこで、B2サイズにおせち2商品を原寸大で配置し、実際に商品をテーブルに並べた時のインパクトを再現した。それにより、顧客からは「中身がよくわかった」「文字が大きくて見やすい」と好評で、レスポンス率は前回比116.7%にあたる14.7%を達成。売上も前回比123.5%となった。