



銅賞

Benesseサイエンス教室 7月DM 幼児(年中生向け)9月新開講のご案内

» 広告主 東京個別指導学院

» 制作者 ワンダーランド

子どもたちの豊かな表情が授業の雰囲気伝える

東京個別指導学院は、「Benesseサイエンス教室」幼児(年中生)コース新開講に向け無料体験教室を開催し、その申込みの案内を行った。DMでは保護者(特に母親)の気持ちに寄り添うように紙面を構成し、実際に受講している子どもたちの豊かな表情など、授業の雰囲気が伝わる写真を展開。在籍目標60人だったところ、事業立ち上げ以来、過去最高在籍数となる259人という好結果で開講することができた。



お客様とともに迎えることができた、 創業80周年感謝祭DMで売上前年比158%!

» 広告主 長坂養蜂場

» 制作者 フュージョン

創業80周年の感謝を伝えるタブロイド風カタログ

静岡県のはちみつ専門店・長坂養蜂場は、創業80周年という節目を迎えるにあたり、顧客への感謝を伝えるDMを企画。創業80周年の「80」という数字をハチ→ミツバチに関連させながら、これまでにない特別な仕様にすることを検討し、同社のこだわりである「ぬくもり」や「はちみつのある暮らし」を表現した、海外のタブロイド風カタログとした。2回目購入率は前年比127%を達成。売上額は前年比158%となった。



おうちをもっと楽しもう! モチエ女子project季節のご挨拶DM

» 広告主 三井不動産レジデンシャル

» 制作者 読売広告社

季節に合わせて「おうちを楽しむ」アイテムを同封

三井不動産レジデンシャルは、单身女性のマンション購入への興味関心を喚起するプロジェクト推進のためのDMを企画。桜の花びら形の香り紙、透明ガラスチャーム、コースターオーナメントなど、季節に合わせたアイテムを同封し、実際にそれを使うことで「おうちを楽しむ」を自然に実践してもらうことを狙った。ワークショップへのリピート参加やSNSへの投稿など、顧客とのリレーション強化に貢献した。



卒業10年 One to One特別記念号

» 広告主 早稲田大学 校友会

» 制作者 富士ゼロックス

早稲田人タイプ別診断で卒業生の興味を喚起

卒業生組織・早稲田大学校友会は、2006年卒業生を対象に、校友会費納入継続を狙ったコミュニケーションを展開。校友活動への興味を促すDMでは、自身のキャリアや母校への回顧を促す内容とともに、6種類の「早稲田人タイプ」を解説した。また「9学部×性別」で108種のキャラクターを開発し、活動情報も閲覧できるWebページ内に診断コンテンツも用意した。タイプ診断には10.2%が参加し、サイトへのアクセスは通常の1.5倍を記録した。

