

50代以上の心をつかみ、スマートフォンへの機種変更率1.6倍! 実寸スマートフォンカードDM

- ▶ 広告主 ソフトバンク
- ▶ 制作者 大日本印刷

直感に訴える実寸大カードで機種変更を促進

ソフトバンクは、従来型ケータイを利用する、主に50代以上の自社顧客向けにスマートフォンへの機種変更を促進するDMを送付した。スマートフォンの特徴である大画面を実感してもらうための実寸大のスマホカードと、調査の結果を踏まえてテーマを「旅行」に設定したシンプルなパンフレットを同封。その結果、DMを送っていないユーザーに比べて、機種変更率は163%を記録。スマートフォンで生活がどう変わるかをイメージさせた。



特大チラシでタブレットの楽しさを伝え、2.6倍のタブレットを売上! スマートフォンとの違いを実寸比較した特大DM

- ▶ 広告主 ソフトバンク
- ▶ 制作者 凸版印刷、トッパンフォームズ

驚きの特大チラシでタブレットの利便性を提示

スマートフォン利用者の大半は、スマホで充分、タブレットは不要だと考えている。しかしソフトバンクは、タブレットには大画面ならではの楽しみ方があると考え、タブレットの追加購入とコンテンツサービスへの加入を勧めるDMを作成した。“大画面”を魅力的に伝えるため、タブレットとスマートフォンを実寸大で比較できるA1サイズのチラシを作成。封筒にも趣向を凝らした。DM送付後、タブレットの購入率は262%までアップし、目標の10倍の効果を得た。



世界同時プロジェクションマッピングと世界同時新年会を実現した世界に一つだけの贈り物DM

- ▶ 広告主 ダイレクトマーケティングゼロ
- ▶ 制作者 ダイレクトマーケティングゼロ

仕掛けの嵐で感動を与える

「世界初クリエイティブで心を揺さぶられる体験」をしてもらうために年賀状ならぬ年賀箱を制作。ラベルに名入れをした日本酒入りの小瓶を貼箱に入れ、上げ底と金色の布で高級感を演出した。また、スマートフォンの動画の光で手軽にプロジェクションマッピングができるトレーシングペーパーを箱内に同梱。WebとDMをシームレスに行き来できる導線をつくり、期待を超えるDMの在り方を提示した。



五感に訴えたDMで、ブランドロイヤルティの強いタバコ商材で、過去最高のスイッチ購入に成功

- ▶ 広告主 ブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパン
- ▶ 制作者 CCCマーケティング、トッパンフォームズ

購買データを活用し見込み客に限定オファー

ブリティッシュ・アメリカン・タバコ・ジャパンは、「コーヒーに合う深み」をコンセプトにしたタバコ、KENTのDMを企画。Tポイントの購買データを活用し、成人で、他社のタバコ購買履歴がある人のうち、コーヒーを頻繁に購入している人をターゲットに設定した。ドリップコーヒーを同封することで開封率を90%に。手触り、匂い、味など五感を刺激するDMで商品特徴を実感させ、結果、他社ブランドの喫煙者からのスイッチ購入率は過去最高。スイッチ購入者のうち86%がリピート購入し定着化。

