

## 584件のリード獲得! 教育機関向けノートPC型DM

- » 広告主 Google for Education
  - » 制作者 エムアールエムワールドワイド、クラブワールドワイド、東京美術
- 商品を模したDMでインパクトを与え、見込み客を獲得

全国の教育委員会に対し、GoogleのICT教育プログラム「Google for Education」の認知度向上を目指し、DMの送付とフォローコールを実施。DMでは教育用ノートPC「Chromebook」の実物の大きさや質感を再現してインパクトを与え、中身はメモ帳として使えるようにしたことで、仕事に使ってもらおうと同時にGoogle for Educationの話題が活性化することを狙った。DM発送数1787件中、584件を見込み客として獲得。



## 電大文明の謎に迫れ! SNS拡散で来場者数110%

- » 広告主 東京電機大学
- » 制作者 フュージョン、自然農園

突き抜けた世界観で話題化、オープンキャンパス来場者数は過去最高に

資料請求した高校生に対し、オープンキャンパスの案内DMを送付。2018年に引き続き、学長をキャラクター化して突き抜けた世界観をクリエイティブに落とし込み、話題性をねらった。DMとあわせて、LPおよび学長からのメッセージを含むコンセプト動画も制作したところ、Twitterで多数拡散された。その結果、オープンキャンパスへの来場者数は前年比110%となり、過去最高の来場者数を記録。



## 名探偵が再来店!? 謎解きミステリーレター

- » 広告主 謎屋珈琲店
- » 制作者 謎屋珈琲店

謎解きDMでファンの心をくすぐり、リピーター化に成功

ミステリー要素を取り入れたカフェで、観光客の利用も多く、リピーターの醸成に課題があった。そこで、ニュースレターの送付を希望した来店客へ、謎解きを入れたDMをシーズンごとに送付。期限内の来店またはオンラインショップでの購入の際に解答する仕組みとし、再来店を促進した。回を追うごとにレスポンス率が向上しており、平均レスポンス率は17.93%。来店客数も年々上昇し、リピーター化の仕組みとして機能している。



## 内定辞退を防止する手紙

- » 広告主 ノーブルホーム
- » 制作者 福博総合印刷

内定者個人に宛てたメッセージで、内定承諾率が向上

内定者に向けたメッセージをDMとして送付し、内定辞退の防止を図った。内容は、採用担当者から内定者個人に宛てたメッセージが記載された冊子で、バリエーション印刷を使い、メッセージページのみを切り替えて制作。さらに表紙のQRコードから、接点のあった採用担当者がその内定者の採用の決め手や入社後の期待を語る動画を見られるようにし、内定者やご両親に納得感や安心感を与える工夫を施すことで、内定承諾率が改善された。

