



銅賞

開封率アップとプライバシー保護を同時に解決したDM

- » 広告主 アースケア
- » 制作者 TRACE

読みやすさを改善し、深い商品理解と売上アップを実現

化粧品のお試しセットに同梱する読み物をわかりやすくする目的でDMをリニューアル。開封率とプライバシー保護を両立させるため半透明の封筒を採用。冊子の用紙やサイズに変化をつけ、順を追って読ませる工夫を施した。表紙を兼ねた台紙で全体を挟み、封筒内でのバラつきを防ぎ取り出しやすくした。DMによってお試しから本商品購入への引き上げ率がアップしたことに加え、読みやすい・理解しやすいとの声が寄せられた。



Audi Q5をクロスメディアで訴求するDM

- » 広告主 アウディ ジャパン
- » 制作者 電通デジタル

第三者視点からの発信で販売台数アップ

Audi Q5のディーゼルエンジン搭載モデル発表を機に発送した来店喚起DM。自動車専門誌『モーターマガジン』とのタイアップでオリジナル冊子を制作。ジャーナリストによる座談会や試乗記事を企画し、通常のメーカー発信では伝えきれない新モデルの多彩な魅力をお届けした。さらにEメールによる記事発信や、WEB、動画、SNSなど複数メディアを連動。来店者数、販売台数共に目標を上回り、DM自体にも好意的な意見が届いた。



年末の団欒に彩りを添える トランプ型紹介キット

- » 広告主 アメリカン・エクスプレス・インターナショナル
- » 制作者 大日本印刷

紹介を促すクリエイティブで新規会員獲得数 大幅増加

アメリカン・エクスプレスは、既存会員を対象に会員紹介プログラムを提供している。DMは人と会う機会が多い年末年始に合わせて発送。カード券面のデザインを模したトランプを同梱し、紹介用のQRコードを貼れるジョーカーも用意。会話のフックになるようにした。DMにより紹介経由の新規獲得が前年同期比で大幅に増加。受け取った会員から感謝の電話が入ったほか、同梱ツールは画像付きでソーシャルメディアに投稿され話題化するなど効果をもたらした。



商品価値高め継続率大幅UP! 伴走型サポーターDM

- » 広告主 エーザイ
- » 制作者 ダイレクトマーケティングゼロ

DMによる情報提供で効果を実感させ、解約を防ぐ

サプリの初期解約率の改善を目指し、トライアルから本製品へ転換して間もない顧客をターゲットにDMを発送。効果実感を得るまで継続利用してもらえよう、生活習慣を整えるヒントを掲載した冊子や、実感チェックシートを継続的に届け、顧客の美活を支援した。初回から4回目まで継続率が大きく改善。効果の実感を理由とした解約も減少となったほか、クロス商品の受注も伸びた。

