

2020年3月9日

株式会社電通デジタル

電通デジタル、優れたDMを表彰する 「第34回全日本DM大賞」で金賞を受賞 —アウディ ジャパン販売フェアのDMおよび店頭施策の連携において評価、 銅賞も同時受賞—

株式会社電通デジタル（本社：東京都港区 代表取締役社長：川上 宗一 以下、電通デジタル）は、日本郵便株式会社（本社：東京都千代田区 代表取締役社長：衣川 和秀）が主催する「第34回全日本DM大賞」において、アウディ ジャパン株式会社（本社：東京都品川区 代表取締役社長：フィリップ ノアック 以下、アウディ ジャパン）を広告主とした作品で、金賞および銅賞を受賞しましたのでお知らせします。当社とアウディ ジャパンによる「全日本DM大賞」受賞は、今回で3年連続、計5度目の入賞となりました。

「全日本DM大賞」は、対象期間内に制作・発送されたダイレクトメール（DM）の中から優れた作品を表彰するアワードで、今年は、応募総数約700点に上りました。電通デジタルは、フェア商材であるコンパクトSUVと新年の自動車販売フェアの訴求を目的としたDMにおいて、顧客に店頭体験をイメージさせ、参加型として楽しませる施策が「戦略性」「クリエイティブ」「実施効果」において評価され、金賞受賞となりました。

具体的には、コンパクトSUVの「型破り」というコンセプトのもと、日本の伝統行事をモチーフにクリエイティブを制作しました。DMに封入された木槌を持って販売店へ行くと、鏡割りが体験でき、オリジナルのグッズがプレゼントされます。ユニークでオリジナリティーあふれるDMが、顧客の来店動機を誘発し、店頭体験に結び付けたことで、来場数、販売台数ともに目標を大きく上回る成果を挙げました。また、プレミアムSUVのクリーンディーゼルモデル発表を機に送付した、来店喚起を目的としたDMでも、来店者数、販売台数共に目標を上回り、銅賞を受賞しました。自動車専門誌とのタイアップで制作したオリジナル冊子で、Eメールによる記事発信、動画、SNSなど複数メディアを連動させることで相乗効果を生み出しました。

電通デジタルは、最高の顧客体験を創出する、クライアントの事業成長パートナーとして、マーケティングを革新してまいります。

「第34回全日本DM大賞」サイト：<https://www.dm-award.jp/>

