



# 金賞

## 浄水効果が体感できる「実験キット付きお試しスターターキットDM」

▶ 広告主 タカギ ▶ 制作者 凸版印刷

### 浄水効果を簡単に体感できるアプローチで無関心層が振り向く

タカギは、快適な住まいと暮らしの提供実現を目指し大東建託と提携。同社の扱う物件に浄水器を標準設置しているが、浄水カートリッジの継続利用率は、契約後4カ月未満で54%にとどまっていた。解約を申し込んだ顧客に定性調査をしたところ、浄水効果を実感できていない状況が浮き彫りになった。そこで浄水効果の体感をコンセプトとしたDMを実施。プレゼントボックス型の外箱に、浄水への興味関心を高める読本、浄水効果を体感できる実験キットを付けた。浄水効果が一目で簡単に可視化できるアプローチで「浄水は美味しい」という実感につなげ、カートリッジの継続利用率は62%に上昇。



実験キットで浄水効果が視覚的に分かる仕組み。無関心層に、浄水だとなぜ美味しいのか「体感」してもらえることを目指した。