

2015年10月6日

トッパンフォームズ、2015 DMA 国際エコー賞で シルバー賞、USPS ゴールドメールボックス賞をダブル受賞

受け手目線を追求した、疑似体験型 BtoB DM キャンペーンにて

情報管理ソリューションのトッパン・フォームズ株式会社（以下、トッパンフォームズ）は、このたび世界最高峰のダイレクトマーケティングアワード「2015 DMA 国際エコー賞」にて、「シルバー賞」を受賞。また、優れたダイレクトメールに贈られる特別賞「USPS ゴールドメールボックス賞」を受賞しました。当社の顧客向けに行った「体験型 BtoB DM キャンペーン～全ては受け手の笑顔のために」が、評価されての受賞となります。本施策には、生活者研究機関である「LABOLIS／ラボリス」が提供する科学的観点により、ダイレクトメール（DM）の訴求効果を向上させる調査分析サービスの英知が結集されています。



【受賞施策について】

施策名：体験型 B to B DM キャンペーン～全ては受け手の笑顔のために

広告主、企画・制作：トッパン・フォームズ株式会社

案件概要：

既存顧客企業へ「ポスト型 DM」、新規見込顧客企業へ「工具箱型 DM」をそれぞれ送付形状に特長のある 3D デザインの DM とすることで、両 DM とも 98% を越える開封率を実現しました。また、DM をどのように受け取り、見ているかという、受け手目線を「疑似体験」できる仕掛けを施しました。



既存顧客向けポスト型 DM



新規顧客向け工具箱型 DM

【プロモーション動画】

■受賞施策のプロモーション動画は、以下の URL からご覧ください。

URL: <https://youtu.be/DCdy2mNs4kM>

【今後の展開】

トッパンフォームズは、LABOLIS での研究をより深めていくとともに、お客様の顧客コミュニケーション上の課題解決における支援を続けていきます。

■LABOLIS について、詳細は以下の URL をご覧ください。

URL: labolis.toppan-f.co.jp/

【DMA 国際エコー賞について】

DMA 国際エコー賞とは、米国ダイレクトマーケティング協会が主催する世界最高峰のダイレクトマーケティングアワードです。毎年、世界各国から 1,000 近い応募があり、クリエイティブだけでなく、マーケティング戦略とレスポンス結果を重視した審査基準の下、1 年間で最も優れたダイレクトマーケティングキャンペーンを決定します。

DMA 国際エコー賞では、DM 以外にも Web サイト、テレビ、SNS などさまざまなメディアを活用したキャンペーンが審査の対象になります。

■DMA 国際エコー賞について、詳細は以下の URL からご覧ください（英文サイト）。

URL: <http://dma-echo.org/>



トロフィー

(USPS ゴールドメールボックス賞)



ボストンでの授賞式の様子

以上

※ 「LABOLIS」は、トッパン・フォームズ株式会社の登録商標です。

本ニュースリリースに関するお問い合わせ先

トッパン・フォームズ株式会社 広報部 TEL:03-6253-5730