Living
Living Newspaper Network

サンケイリビング新聞社

2004年7月7日
osakaLK000012

LIVING NEWS LIVING NEWS LIVING NEWS LIVING NEWS LIVING NEWS LIVING NEWS

消費者が試用した感想を紙面で紹介

アクアクララ六甲は、これまで商品告知中心のペイドパブリシティ展開をしていましたが、商品特性が伝わりにくく、十分なレスポンスが得られていませんでした。
今回、需要が期待できるこの時期に全頁セットアップ広告を提案。
商品特性をよりわかりやすく打ち出す為に、消費者である主婦読者が紙面に登場する座談会形式を取り入れました。
水を購入する時の基準や、実際に商品を試飲しながらその味についての感想、商品の活用方法や使い勝手など、主婦ならではの視点に立った生の声を紙面展開しました。
また、商品告知だけでなく販売促進に結びつける為に、実際に商品が試飲できるスポットを紹介し、同時にお得な試飲キャンペーンも実施しました。
その結果普段以上のレスポンスが得られ、広告主の評価も上々でした。

●データファイル

- ・クライアント／アクアクララ六甲
- ・掲載号　　／2004年6月19日号
- ・スペース　／全頁カラーセットアップ広告
- ・掲載エリア／尼崎伊丹