

オフィス街のカフェをプチジャックして、ビジネスマンにアプローチ。

【EDGE】認知拡大 タッチ&トライ

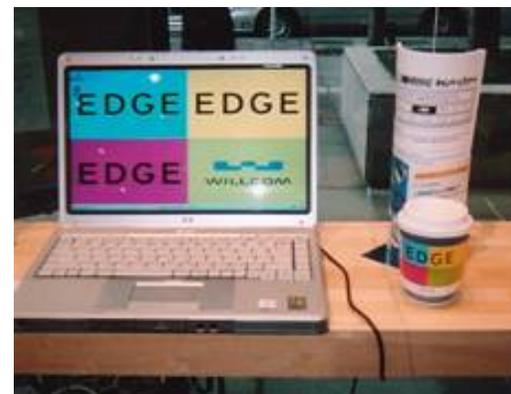


- 実施時期：2005年3月25日(金)～約2週間
- 実施場所：丸の内周辺カフェ4店舗、梅田周辺のカフェ3店舗
- 実施目的：EDGE 体感カフェキャンペーン
- ターゲット：ビジネスマン
- 実施内容：カフェ店内にPC2台を設置。
・アンケートに記入して頂いた来店者に対してノベルティグッズ手渡し
・店内にてEDGE使用のコースター、おしぼり、カップホルダー使用。

EDGEの商品内容・キャンペーン
店舗の詳細を
載せた小冊子を配布。⇒



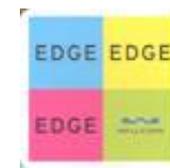
【店内装飾品】



ナプキン



カップホルダー



コースター

【ノベルティグッズ】



ノート



クリップ



アンケートに答えて、
ノベルティグッズを
レジにてプレゼント!

レストルームのタッチ&トライで女性客の囲い込み。「意外性」のある展開が話題性となる。

【日本リーバ Rexena】タッチ&トライ

- 実施時期：2004年4月24日(土)
～5月23日(日)
- 実施場所：渋谷・青山・銀座近郊の、
女性が集まる飲食店、20店舗。
- 実施目的：タッチ&トライアル。
- 実施内容：
・女性化粧室個室にて、1ヶ月間レセナ本体を什器に取り付け、
タッチ&トライアルを実施。



【ケツメイシ】CDリリース

- 実施時期：2003年4月16日～
- 実施場所：イメージの良いダイニング
・カフェ・映画館約70店舗
- 実施目的：「ケツメイシ」のDVD発売告知
- ターゲット：10代後半以上の男女
- 実施内容：
・化粧室のトイレトロールに広告を印刷し、
各個室に設置
・「意外性」のミスマッチが効果を発揮して、
話題となった。

