



**昼食後の歯磨きニーズに直結！
OL組織City'sを活用した総合オフィスプロモーションを実施。**

昼食後の歯磨きは、オフィスで働く女性の殆どが行う行為。
そのオフィスステージのタッチポイントにおける、情報訴求とトライアル拡大、ひいては販売促進を求められた。
そのニーズに答えるため、City'sを活用した総合オフィスプロモーションを行った。

方法としては、1名のCity'sに対して20個のサンプルを送り、10個を同僚に配布させた(1,000City'sで実施をしたので、合計10,000個の配布を完遂した)。

またサンプル配送時に設置型POP広告を同梱した。アパガードについてのWebアンケートを答えたら抽選で、または化粧室にPOPを設置し、その設置写真を送った人には全員に、携帯用歯磨きセットをプレゼントするキャンペーンも同時に実施。

アンケートは全体の27%の高レスポンスだった。

また設置プロモーションは82件の応募があった。

アプローチが難しいオフィス内でのトライアル拡大と、認知促進を実現した。

＜実施概要＞

プロモーション種類	City's×10 OL職域サンプリング&化粧室設置キャンペーン事例
クライアント	株式会社サンギ
商 品	アパガードMプラス
期 間	2010年4月
エ リ ア	東京

設置風景

