



紙面だけでは終わらない⇒中日アプリで販促効果拡大！

## ミサワホーム「ミサワファクトリー名古屋」オープン広告 掲載紙面を増刷、裏面には地元販社の広告を掲載し販促ツールに。

住宅メーカー大手のミサワホームが「ミサワファクトリー名古屋」を5月13日、愛知県江南市にオープンした。そこで、住まいづくりの技術を体感できる施設をより多くの読者にPRする手法として、「中日アプリ」を活用した展開を行った。

まず、紙面には「ドアラ」を使い、施設の内部を紹介。分かりやすさと親しみやすさをポイントに、購買対象である家族層へ強くアピール。

さらに、掲載紙面を増刷、裏面には地元販社の広告を掲載し販促ツールにした。3万部用意した増刷紙面は、販社であるミサワホーム東海の各支店に送り、販促ツールとして現在も活用中。また、一部を中日ハウジングセンター内のミサワホームのモデルハウスとセンター事務所でも配布できるように設置した。

他にも、WEB「中日住宅ナビ」にバナー広告を掲載。紙面掲載後の継続的なPRを行い、新聞広告に付加価値をつける工夫を行った。

こうした複合的な展開の結果、予約制の施設にも関わらず、毎週末には100組を超える家族の予約が入り、フル稼働状態に。好調なスタートに広告主からも高い評価をいただくことができた。

中日アプリは、まだまだ多くの可能性がある。他の活用方法を探しながら今後の広告提案に活かしていきたい。（東京本社広告三部 富田正人）



中日ハウジングセンターのモデルハウスに設置した増刷(裏面)



2011年5月13日付中日新聞朝刊

「中日住宅ナビ」のバナー広告

本件のお問い合わせは、中日新聞広告局 営業推進部 電話052-221-0692