



新聞を購読していない人にも広告が届く

販売部・販売店・広告部 連動 『同窓会掲示板』特集

東海本社は同じ局に販売部と広告部がある。風通しのよい中「広告が載ることで、部数増を狙う」「販売店様のご協力で、広告効果を増やす」ことを理想に案を出しあい、連動企画の「同窓会掲示板」特集を実施した。

遠州地区では高校同窓生の結束が強い。その傾向は同窓会に顕著で、1年の諸経費が2000万円を超える高校もある程だ。関連業界では幹事へどうPRするか、試行錯誤されている。

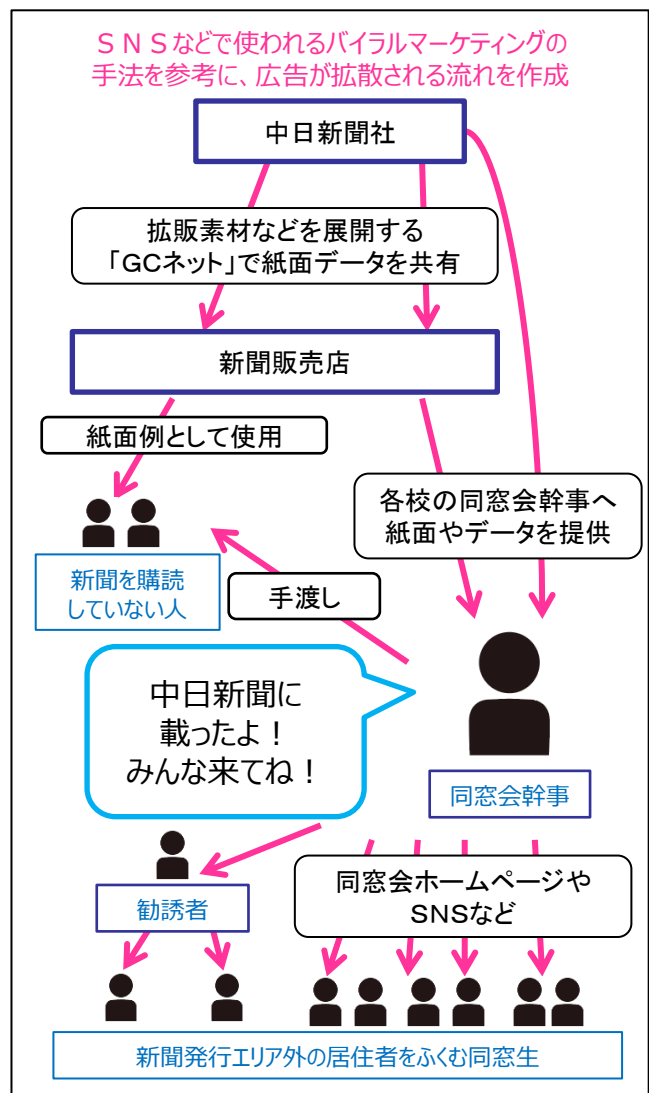
各高校幹事に、同窓会の予定を取材し一覧化。新企画概要をいち早くご賢察くださった、ホテル・レストラン・記念品メーカーといった業種からご協賛いただいた。

販売部から新聞販売店様へデータを共有するシステム「GCネット」を使い、特集紙面データを展開。特集カットでも紙面提供を告知した。同窓会の勧誘活動に特集を配布すると、新聞未読者や遠方在住者に対しても広告が拡散される仕掛けを作った。

また販売店様において「同窓会情報を得るなら中日新聞のご購読を」と拡販素材に使いやすいよう、販売部員の意見も参考に広告カットを制作した。

各方面のお力添えで、広く展開される紙面が成立した。反響に期待したい。
(東海本社広告部 水谷 元彦)

SNSなどで使われるバイラルマーケティングの手法を参考に、広告が拡散される流れを作成



「この特集紙面データは無償で提供いたします」と特集カットで告知。該当紙面や特集面データを同窓会の勧誘に使用できる。

※特集紙面には静岡県西部の20高校の同窓会予定を一覧で掲載。

2017年12月26日付 中日新聞東海本社版 朝刊15段