

**デザイン性の高いカフェで商品の相乗効果を狙う。商品のイメージに合わせ、ダーツバーを開拓。**

## 【 au 】「talby」カフェプロモーション



- 実施時期：2004年11月26日(金)～2005年1月7日(金)
- 実施場所：首都圏近郊1都8県のカフェ約110店舗。
- 実施目的：上記エリア内での「talby」の訴求
- ターゲット：「デザイン性」、「おしゃれ感」につながるカフェ来店者
- 実施内容：  
コースター300,000部配膳 / 「talby」のモック展示 / フライヤー80,000部
- お店の声：「コースターを見て、話題に上がっていたようです」



モック設置イメージ

## 【 au 「PEICK」 】モック設置

- 実施時期：2005年3月1日(火)～1ヶ月間
- 実施場所：1都8県のダーツバー82店舗。
- 実施目的：  
・新型デザイン携帯「PEICK」の 実機訴求、認知拡大
- ターゲット：  
・「デザイン性」、「おしゃれ感」につながるポイントとしてダーツバー来店者



照明付きオリジナルスタンド



レストルームを中心に、店舗にビジュアルを露出。

## 【 salem 】 認知向上キャンペーン



レストルームミラーステッカー

- 実施時期：2002年 5月 20日(月) ~ 7月 19日(金)
- 実施場所：全国 カフェ・レストラン等の飲食店約100店舗
- 実施目的：saalem ブランディング
- ターゲット：20代以上の男女
- 実施内容：
  - ・女性用トイレのミラーに、キャンペーン期間中、上図のステッカーを貼る、ミラーステッカーAD。
  - ・併用して、下図の様なライター/マッチ(店名入り)をプレミアムとして各協力店舗に支給し、店舗へのメリット出しとして使用。



お店向けノベルティーとして  
使用された、マッチ・ライター。  
中でもライターは非常に人気有り。

## 【 My Little Lover 】 ブランケットプロモーション

- 実施時期：2004年1月15日～2月14日
- 実施場所・内容：
  - ・屋外プロモーション・ビジュアルミックスの一環。
  - ・オープンカフェを中心とした飲食店でハート型のトレードマークを印刷したブランケットを、店舗で使用。
  - ・ステッカーをブランケット使用店舗を中心に配布。
- 実施店舗：青山・原宿・表参道のカフェ15店舗

