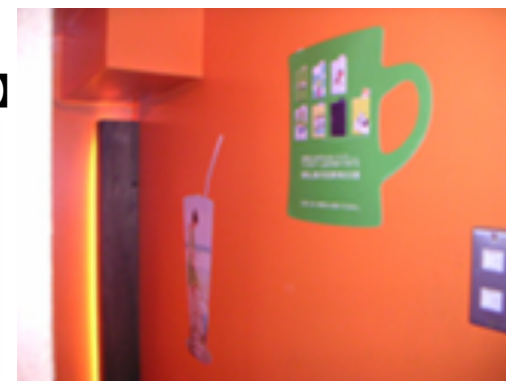


カフェの来店者に向けて、書店へ誘致させるユニークプロモーション。

【角川書店 夏の100冊キャンペーン】

- 実施時期：2006年夏 / 1ヶ月
- 実施場所：東京(約30店舗)
- 実施目的：夏の100冊キャンペーン認知向上
- ターゲット：10代～20代女性

【店内でのポスター掲出】



A3大のポスターを1店舗2～3枚を掲出

【特別文庫ボックス / しおり / リーフレットの設置】



牛乳パックに見立てたボックスに文庫を約10冊入れ、
店内に設置。自由に読んでもらう仕掛け。
書店への誘致・購入を狙った。

【店内でのコースター配膳使用】



コースター裏には「人生はコースターではない。ジェットコースターである」
「当店おすすめは、漱石です」などのカ
フェにあったコピーが書かれています。



「禁煙ですが、本
は読めます」と書
かれたものを禁煙
席の卓上に設置

カフェを商品ビジュアルで大きくジャック。イメージ訴求を狙う。

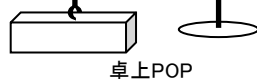
【hoyu～ビューティラボ】イメージ訴求

- 実施時期：2006年3月11日(土)～2006年3月24日(金)
- 実施場所：首都圏カフェ約2店舗(リマプル・サイン)大阪・名古屋・仙台・札幌・福岡・名古屋・広島 各1店舗ずつ
- 実施目的：上記エリア内でのビューティラボヘアケア剤(3種類)の試用&イメージ訴求
- ターゲット：10代～30代のおしゃれなカフェに集うような女性。
- 実施内容：カフェジャック(店舗により異なります)
- お店の声：トイレで実際に製品を試せることや、サンプルを持ち帰られることが非常に好評でした。

パウダールームでの展開



※3種類のヘアケア剤を自由に使用できるよう設置



卓上POP



コースター



ランチョンマット



サンプル



ペーパーナプキン



メニューコラボ



特設ブースの設置

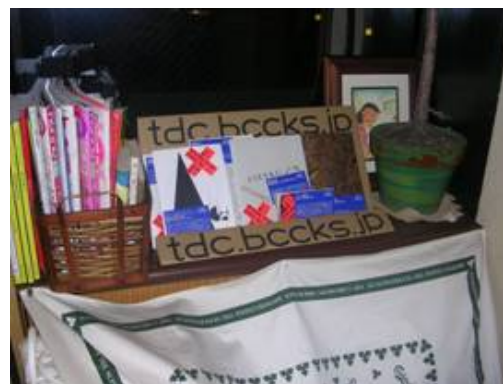


テラス席での展開

【TDC×BCCKS】カフェ ビジュアルジャック

- 実施時期: 2007年11月
- 実施場所: 都内主要カフェ・レストラン
- 実施目的: イベントの告知
- 実施内容: ①アドカードの配布(東京・大阪・名古屋) 70,000部(73ビジュアル)
②主要カフェにて、デザイナーのブックを展示
③主要カフェにて、タッチ&トライ用のPCを設置

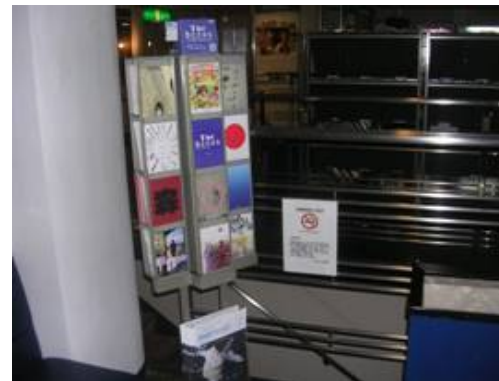
20周年を迎えた国内外の著名デザイナー組織、Tokyo TDCがそれを記念して、都内の書店・ギャラリー・カフェなどで、各デザイナーが制作した、ブックとポストカードを展示するデザイン展を実施。
また、WEBサイト【BCCKS】とのコラボレーションにより、店内にて実際にWEBサイトを体験できるよう、PCを設置した。



デザイナーズブックのディスプレイ



タッチ&トライ用PCの設置



カードラックジャック

