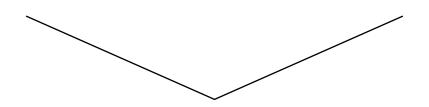
Metro Ad Creative Award デザイン部門

DOLLY WINK

15 周年を迎える「DOLLY WINK」を Z 世代にもっと好きになってもらえる広告

ミッション

既存ユーザーに「また使ってみようかな」と思ってもらえる新規の興味もひく

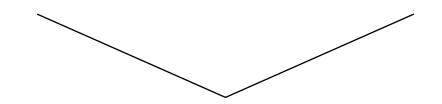


DOLLY WINK にしかない価値を 引き出せるような広告

DOLLY WINK の価値

多様化するニーズに応えてきたこと

ギャル文化発祥のブランドだが、ナチュラルメイクが主流となった今も新しい商品を開発。



「どんな人でもかわいくなれる」「拡大する商品ラインナップ」 二つの軸をコンセプトに制作しました。

アイデア



DOLLY WINK × 鉄道の路線図

他社よりも豊富なラインナップであることを、鉄道の停車駅案内のように表現しました。 各駅停車は遅いイメージもありますが、乗客全員を乗り降りさせることができます。 DOLLY WINK も、顧客全員のニーズを叶えてくれる各駅停車と捉えられるのではないでしょうか。

