

父になろう。



商品名：ヴォクシー
会社名：トヨタ自動車株式会社

キャンペーン期間：2007年6月27日～

■概要

フルモデルチェンジしたトヨタのヴォクシー。車をプロモーションを行うため開設された今回のキャンペーンサイト。CMキャラクターを務める反町隆史さん、浅野忠信さん、布袋寅泰さんがテーマである「父になろう」に関する質問、「理想な父親とは」等に関して語っている。



Marketing Message



父になろう。

キャンペーンサイト (<http://toyota.pod.tv/voxy/>)

■検索数

Google 検索
2,220件 (2007年7月27日現在)

Yahoo! 検索
440件 (2007年7月27日現在)

※検索ワード：トヨタ and 父になろう、父になろう and ヴォクシー or voxy

■ブログ書き込み状況

早速、VOXY サイトで映像を観てみたなりが、インタビュー、CM本編、メイキングで登場してるなりよ。特に、ギター篇の映像は必見！
(2007年7月19日)

我が家の旦那様はバングお父さんに分類されました。診断結果の中に、いいなと思う言葉がありましたので、以下に引用させていただきました。
(2007年7月14日)

「父チカラ診断」とか、CMに出演されている3人のロックな父(?)のインタビューもあります。
(2007年7月2日)

■ブログ書き込み件数 Technorati

60件 (2007年7月27日現在)

※テクノラティ検索結果

※検索ワード：トヨタ and 父になろう、父になろう and ヴォクシー or voxy

■Editors' Review



シンプルですが、車のよさが伝わるまじめなサイト。面白い動画がサイトにあればもっとよかったですね。



インパクトのあるキャスティングで商品を強力に印象付けてます。父チカラ診断などもかわいらしくてCoolですね。

■Target Consumer

子育てをしている30代～40代ファミリー。

■キャスティング

反町隆史さん、浅野忠信さん、布袋寅泰さんがCMキャラクターを勤めた。



■サイト概要



サイトトップ



動画：インタビュー



診断ゲーム



車内の映像



COOKPAD とのタイアップでお弁当特集



デスクトップ画像

■SNS サイト内状況

すでに新型ヴォクシーのコミュニティがmixi内に立ち上がっている。コミュニティ「New Voxy」の参加者数は124人。ヴォクシーユーザーが集まっている「Voxy, The Cool」の参加者数は1,931人。またヴォクシーのキャラクターを勤めた3人のファンコミュニティも存在するが、中でも「浅野忠信」コミュニティの参加者数は13,730人に上っている。
(2007年7月27日現在)

■海外比較

トヨタスウェーデンが開設したキャンペーンサイト、On Toyota's Mindは幻想的な世界をきれいに演出している。BGMもやさしく想像力が広がる様なインタラクティブサイトに仕上がっている。コチラも必見です。

