

DONNER DE L'AMOUR À SA HARLEY

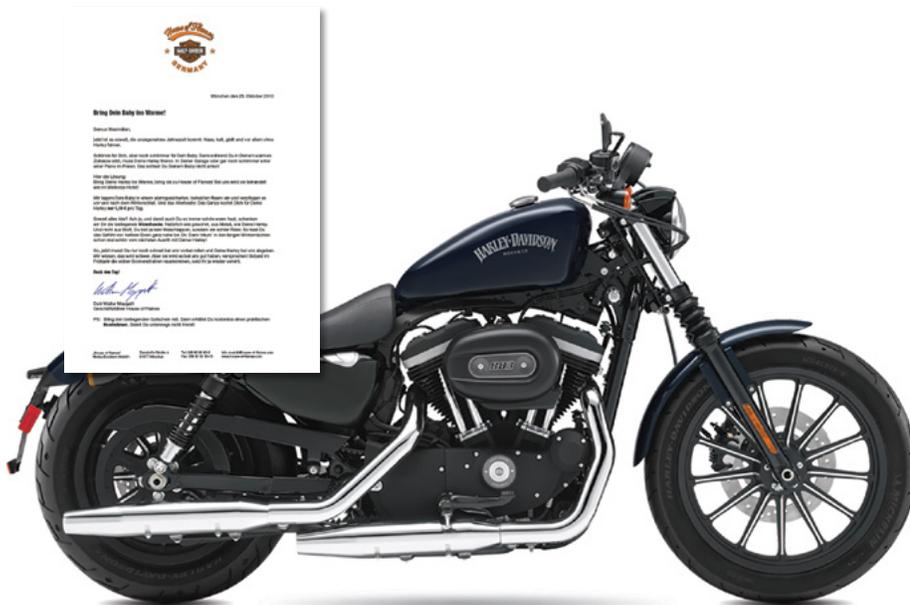
Un cadeau capte l'esprit rebelle du consommateur et fait la promotion de services après-vente.

Avec ses profondes racines américaines remontant au début du XX^e siècle, la marque Harley-Davidson incarne l'esprit rebelle qui nous habite tous. Ceux qui ont la chance de posséder une Harley font partie d'une classe à part – et en sont immensément fiers.

House of Flames mise donc sur cette fierté dans un article de publipostage soulignant ses services après-vente : esthétique, préparation pour l'hiver et entreposage. Elle fait parvenir aux ménages ciblés une bouillotte de métal portant l'émblématique logo Harley-Davidson ainsi qu'un bon à échanger contre une compresse chauffante en gel.

L'initiative est surnommée « patate chaude », le mot « chaude » renvoyant à la compresse, et le mot « patate », à la pétarade caractéristique du moteur bicylindre en V d'une Harley classique... Suffit de répéter *potato-potato-potato* pour reconnaître ce son typique. Essentiellement, on fait savoir aux propriétaires qu'ils peuvent dorloter leur « patate chaude » [leur Harley] grâce à l'entreposage fiable et aux bons soins d'House of Flames.

L'entreprise montre ainsi à ses clients qu'il n'y a qu'une seule bonne façon de remiser sa moto : à la Harley. Parmi les destinataires, 15 % confient leur deux-roues à House of Flames pour l'hiver. Cette dernière affiche complet bien avant la saison froide. Avec un tel résultat, force est d'admettre que les propriétaires de Harley ont bel et bien à cœur de chouchouter leur monture, même hors saison.



CLIENT Harley-Davidson | PRODUIT Véhicules motorisés | PAYS Allemagne | AGENCES Benner & Partner
ÉQUIPE Directeur de la création Jürgen Schütz

