

UN. ET UN SEUL.

Un plan machiavélique
qui touche la cible.

Impossible d'en manger un seul. Depuis longtemps, tel est le slogan de la populaire friandise norvégienne Smash!, un irrésistible mélange sucré, salé et croustillant composé de maïs et de chocolat au lait. Et c'est ce qui fait germer une idée délicieusement malicieuse à l'esprit du fabricant pour une campagne de marketing...

Dans les médias imprimés, à la télévision et sur les médias sociaux, la marque invite ses adeptes à devenir complices dans un mauvais coup. Le plan : torturer un ennemi juré en lui envoyant anonymement un Smash! par la poste. Eh oui, un seul. Sur le site Web spécialement créé, quand les participants entrent le numéro de téléphone de leur victime, l'adresse associée dans le répertoire de l'administration postale norvégienne s'ajoute automatiquement.

La marque vise un total de 10 000 envois en 5 semaines de campagne, mais les gens sont si nombreux à se prêter au jeu qu'après seulement 3 jours, on prévoit déjà 15 000 livraisons supplémentaires. En peu de temps, les photos de colis accompagnés du mot-clic #evilmash [#LeSmashDémoniaque] se répandent sur Facebook et Instagram.

L'utilisation ingénieuse des données, la mobilisation des consommateurs et le publiposte engendrent ainsi une hausse de 41 % des ventes du produit, preuve du pouvoir de la démonstration pour susciter une réaction affective et justifier un message audacieux.

Bref, un tiens vaut mieux que deux tu l'auras.



ANNONCEUR Nidar | **PRODUIT** Smash! | **PAYS** Norvège | **AGENCE** Saatchi & Saatchi Norvège | **ÉQUIPE** Directeur général de la création Øyvind Waage | **Idéateurs** Fanny Vaager, Christopher Koeltzow | **Directeur des comptes** Sverre Middtun | **Réalisateur numérique** Vetle Gjevestad Agledahl | **Directeur de la planification** Patrik Bergfjord | **Directeurs artistiques** Linus Hjellström, Ola Bagge Skar | **Animateur graphique** Joe Langdon | **Chargée de compte** Nanna Groenli