

L'ART DE SE METTRE EN FORME

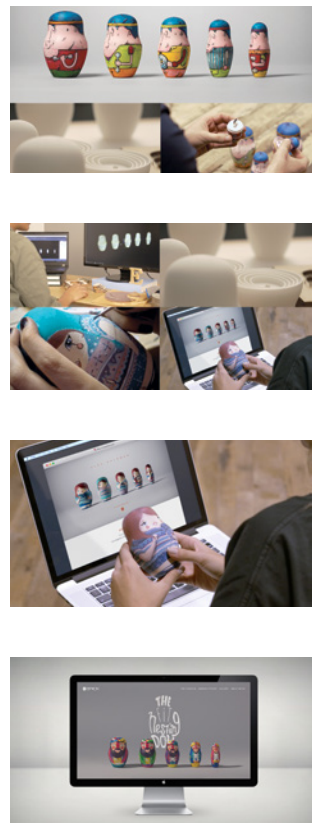
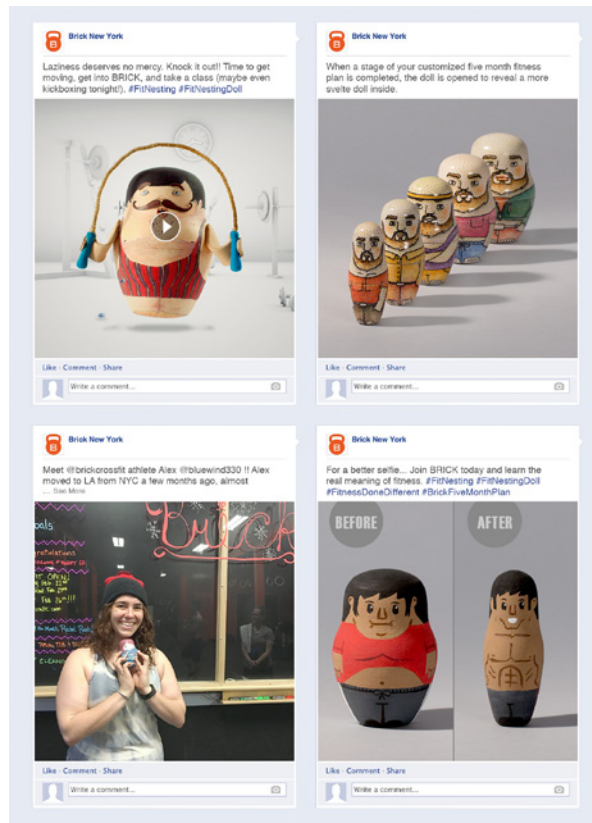
Les gymnases Brick encouragent leurs membres à tenir leurs résolutions en leur offrant une expérience unique, à l'image de leurs objectifs.

Déterminés à se mettre en forme, près de 80 % des gens s'inscrivent à un gym en janvier... et cessent d'y aller après cinq mois. Pour motiver ses membres, la chaîne de gymnases américaine Brick leur propose une façon inusitée de maintenir leurs objectifs.

L'entreprise crée pour eux des programmes sur mesure qu'elle associe à différents formats de poupées gigognes, toutes illustrées par des artistes. Chaque étape est représentée par une poupée différente, qui rappelle concrètement aux membres les bienfaits de l'exercice. Perte de poids? Préparation pour un triathlon? Chacun y trouve son compte... en plus d'un programme de cinq mois sauvegardé sur une clé USB insérée dans les poupées.

Brick poste les poupées gigognes à ses nouveaux membres pour les inciter à suivre leur programme (Et il y a fort à parier que ces derniers les mettent bien en vue à la maison, où elles leur rappellent constamment leurs bonnes intentions du début de l'année). Toutes les poupées sont affichées sur le site Web de Brick, accompagnées d'anecdotes de membres sur la façon dont elles les ont aidés à rester motivés. Des affiches et du contenu sur les médias sociaux aident aussi à faire connaître l'initiative.

L'envoi postal, qui est l'élément de connectivité idéal pour le volet numérique de la campagne, joue un rôle crucial. Grâce aux messages personnalisés, aux encouragements et à l'expérience unique qu'il procure, le publipostage permet de motiver à long terme les membres de la chaîne de gymnases en les aidant à visualiser en trois dimensions leurs objectifs et leurs progrès.



CLIENT Brick | **PRODUIT** Programme de mise en forme | **PAYS** États-Unis | **AGENCE** BBDO, New York
ÉQUIPE Directeur général des services de la création, BBDO Worldwide David Lubars | Directeur général des services de la création, BBDO New York Greg Hahn | Directrice de la création adjointe et directrice artistique Bianca Guimarães | Directeur artistique principal Florian Marquardt | Rédacteur principal Rodrigo Linhares | Infographiste Jeian Jeong | Directeur de la production intégrée David Rolfe | Chef de la production Neely Lisk | Chef de la production intégrée Courtney Follow | Studio de production numérique Visorama Diversões Eletrônicas | Chargée de compte Samanta Martins | Planificatrice stratégique Nicole Landesman

