

# JUSTE CE QU'IL FAUT

Liberty Mutual s'inspire de son slogan pour montrer aux automobilistes de Seattle qu'on peut aller loin avec juste ce qu'il faut.

Bien des conducteurs paient pour une assurance auto non adaptée à leurs besoins. Liberty Mutual, qui en offre une sur mesure, veut trouver une façon originale et percutante d'en faire la promotion avec son slogan « *Only pay for what you need* » [Ne payez que pour ce dont vous avez besoin].

La compagnie choisit de cibler des automobilistes particulièrement excédés : ceux de Seattle, dans l'état de Washington, l'une des villes américaines où posséder une voiture coûte le plus cher en 2019.

Pour défier les approches de GEICO et son homme des cavernes ou de Farmers et ses champions de nage synchronisée canins, Liberty décide d'illustrer la véritable valeur de son offre en créant la publicité postale la plus économique du monde. Un envoi à peine plus gros qu'un timbre qui montre que payer pour ce dont on a besoin, et pour rien de plus, c'est possible – et judicieux. Adressé à la main, le minipublicpostage est envoyé à des centaines d'automobilistes, qui sont invités à visiter le site LibertyMutual.com pour obtenir une proposition de couverture sur mesure.

Cette idée surprenante permet à Liberty Mutual de mettre de l'avant sa personnalité et de se débarrasser de son image de compagnie d'assurance traditionnelle, tout en montrant aux gens qu'elle a des solutions abordables à leur proposer. L'approche est minimaliste, mais fait grande impression sur les destinataires. En affaires, de petites choses peuvent bien souvent faire une grande différence.



**CLIENT** Liberty Mutual | **PRODUIT** Assurance | **PAYS** États-Unis | **AGENCE** Goodby Silverstein, San Francisco | **ÉQUIPE** Directrice générale des services de la création Margaret Johnson | **Directeurs généraux de la création** Danny Gonzalez, David Suarez | **Directeurs associés à la création** Josh Hacohen, Jeff Fang | **Directeur des services graphiques** Jim King | **Calligraphe** Kira Lindsay | **Associé directeur** Brian McPherson | **Directeur du groupe des comptes** Chris Ferko | **Directrice des comptes** Cassi Norman | **Chargé de compte** Tom Yadron | **Chef de la stratégie de marque** Bonnie Wan | **Directeur de stratégie de communication de groupe** Dong Kim | **Stratège en recherche et en analyse** Jessica Badrous | **Stratège de marque** Marisa Perazzelli

