

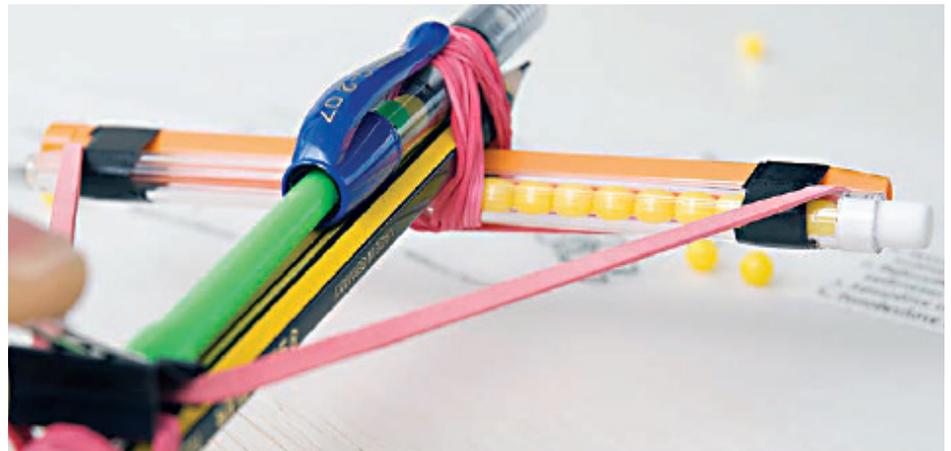
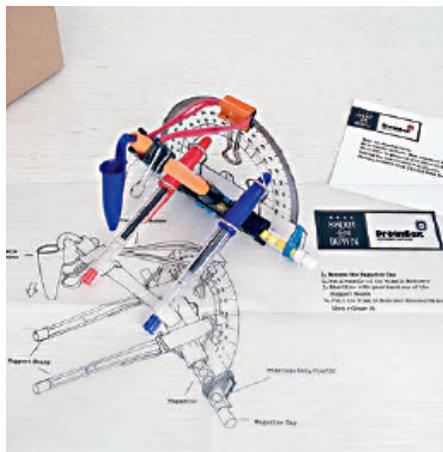
## EN PLEIN DANS LE MILLE

DreamBox s'arme de ses propres fournitures de bureau pour déclarer la guerre aux prix et inciter les clients à passer des commandes.

La crise économique qui sévit en Grèce oblige DreamBox à réduire les prix de ses fournitures de bureau. Pour l'annoncer à ses clients, l'entreprise a l'idée de créer, avec ses propres produits, une catapulte miniatures qu'elle envoie par la poste. N'y a-t-il pas meilleure façon de promouvoir des articles qu'en utilisant ces mêmes articles? Elle accompagne l'envoi d'un mot qui explique comment ses prix ont été pulvérisés et d'un schéma qui montre comment utiliser les armes ludiques.

Ces engins amusants sont envoyés à cent clients principaux du détaillant. Tous sans exception le remercient pour le cadeau et la plupart passent une nouvelle commande. Plusieurs demandent même d'autres petites armes pour les offrir à leurs amis. Cinquante clients potentiels reçoivent aussi l'envoi et plus de la moitié contactent DreamBox pour en savoir plus sur elle. La première vague de commandes rapporte dix fois plus que le coût de la campagne.

Quand l'économie va mal, la créativité est souvent la première à encaisser le coup. On veut minimiser les risques, mais en marketing, le plus grand des risques est de ne pas en prendre du tout. Ici, un responsable marketing est parvenu à attirer l'attention et à propulser les ventes grâce à une idée audacieuse qui en a certainement amusé plus d'un. En faisant la promotion de ses nouveaux bas prix d'une façon aussi unique, DreamBox a brillamment mis sa marque en valeur. Qui n'aimerait pas avoir une de ces petites catapultes au bureau?



**CLIENT** DreamBox Stationery | **PRODUIT** Fournitures de bureau | **PAYS** Grèce | **AGENCE** Day6 | **ÉQUIPE** Directeurs de la création Panagiotis Kavapoulos, Ivan Papadopoulos | **Directrice artistique** Anna Maria Merivani | **Directeur de compte** Panos Theokas

