

UN RAPPEL ÉCLATANT DE BLANCHEUR

Des papillons adhésifs ont été envoyés par la poste comme un moyen simple de faire comprendre aux dentistes les avantages du dentifrice blancheur Oral-B.

Neuf articles promotionnels sur dix envoyés par la poste se retrouvent à la poubelle. C'est donc clair : pour être efficace et inciter à l'action, ce type de publipostage doit être utile. Lorsque P&G choisit la publicité postale pour mettre en lumière les avantages du dentifrice blanchissant Oral-B Pro Health, elle mise alors sur un support simple, pertinent et audacieux : un bloc de feuillets Post-It. Mais, attention!, elle le fait de manière à faire blanchir d'envie la concurrence.

L'entreprise envoie à des dentistes quatre blocs de papillons adhésifs jaunes qui, à première vue, n'ont rien de spécial. Mais plus les destinataires en utilisent, plus la teinte du papier blanchit, ce qui fait écho au message de la campagne et amplifie petit à petit son impact.

Puisque les blocs restent sur les bureaux des dentistes pendant de nombreux mois, ils servent chaque jour de rappel du message d'Oral-B. Ce qui doit être au départ une initiative marketing à petite échelle finit par toucher plus de 100 000 professionnels de la santé bucco-dentaire partout au Brésil.

Cette solution peu coûteuse et très utile au quotidien permet à P&G de renforcer ses liens avec les dentistes et de se tailler une plus grande place dans l'esprit du plus important public de la marque Oral B.

En misant sur un média éprouvé pour mettre en valeur les pouvoirs blanchissants du dentifrice, P&G a fait sourire à pleines dents tous les destinataires de son publipostage.



CLIENT Procter & Gamble (P&G) | **PRODUIT** Dentifrice blanchissant Oral-B Pro-Health | **PAYS** Brésil | **AGENCE** Publicis Brazil | **ÉQUIPE** Directeurs de la création Hugo Rodrigues, Tony Goes | **Directeur artistique** Sidney Araújo | **Rédacteur** Rodrigo Strozenberg

