

LA PREUVE QUE LES JOURNAUX FONCTIONNENT : Comment cibler les jeunes professionnels

ÉTUDE DE CAS

Le défi

Mercedes-Benz GLK voulait être remarquée des jeunes professionnels âgés entre 35 et 45 ans pendant une difficile période de récession.

L'objectif

Mettre l'accent sur l'allure distinctive et la conception élégante de la Mercedes-Benz GLK et souligner son système à quatre roues motrices de quatrième génération qui fait de la conduite de ce véhicule un véritable plaisir.

Le plan

Les jeunes professionnels sont occupés – ils mènent souvent à la fois leur carrière et leur vie de famille. Ils se rendent habituellement au travail en voiture et doivent aussi faire le taxi pour leurs enfants. Avec leur carrière en pleine croissance, ils doivent rester informés et ce désir se transmet aussi à leur vie quotidienne car ils veulent être au courant de ce qu'il y a de mieux pour leur famille. En utilisant ces données, un plan média fut conçu qui contiendrait à la fois de l'affichage et des médias imprimés, tant journaux que magazines.

La création

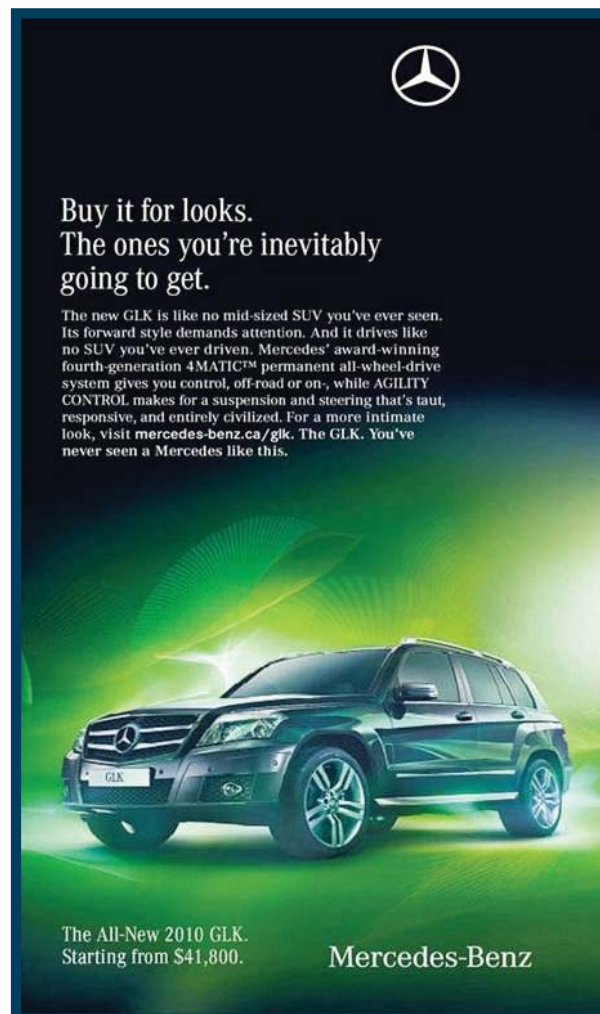
L'aspect création fut conçu pour attirer l'attention en soulignant l'extérieur dynamique et moderne du véhicule qui n'est pas ce que les clients attendent habituellement de la marque Mercedes Benz. La publicité d'affichage attirerait leur attention et les annonces dans les journaux et les magazines fourniraient tous les renseignements souhaités, y compris un lien vers le site Web de Mercedes.

Les résultats

Dans une recherche effectuée par Totum Research, les annonces de journaux furent vues par beaucoup plus de gens que dans tout autre média utilisé. Ainsi, la campagne des journaux a su générer une réponse plus positive face à ce véhicule que tout autre média.

“ Les journaux et la radio font vendre plus de véhicules. ”

- Sunni Boot, Président et chef de la direction, Zenith Optimedia
(lors de la Semaine de la publicité, 26 janvier, 2009)



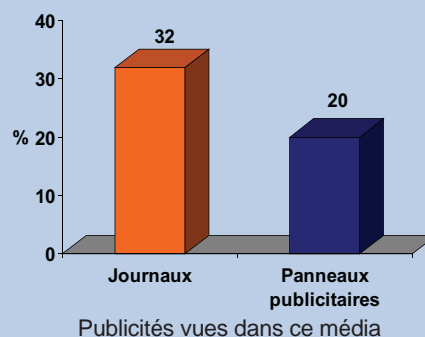
Buy it for looks.
The ones you're inevitably going to get.

The new GLK is like no mid-sized SUV you've ever seen. Its forward style demands attention. And it drives like no SUV you've ever driven. Mercedes' award-winning fourth-generation 4MATIC™ permanent all-wheel-drive system gives you control, off-road or on-, while AGILITY CONTROL makes for a suspension and steering that's taut, responsive, and entirely civilized. For a more intimate look, visit mercedes-benz.ca/glk. The GLK. You've never seen a Mercedes like this.

The All-New 2010 GLK.
Starting from \$41,800.

Mercedes-Benz

Contribution à la campagne publicitaire de la Mercedes-Benz GLK



Les journaux ont su livrer le groupe démographique souhaité : les jeunes professionnels
– et les ont incités à acheter le véhicule annoncé.



ASSOCIATION
CANADIENNE
DES JOURNAUX