

Cas de campagne

Comment mettre en place du « drive to event » pour le test d'une innovation produit

L'objectif de la marque

-  Inciter les consommateurs à assister aux événements de promotion du Dyson V8 : RoadShow à Paris et à Marseille
-  Présenter le nouveau produit Dyson sans-fil
-  Communiquer sur une innovation produit à l'approche des fêtes de fin d'année

La réponse de 20 Minutes

- Un cavalier pleine page sur les éditions Grand Paris et Marseille avec une distribution géolocalisée et sur-mesure sur les points stratégiques de Paris Saint-Lazare, Marseille Vieux-Port et La Défense
- Une présence publicitaire renforcée avec une pleine page de display dans les mêmes éditions

dyson

Du 27 octobre au 6 décembre 2017

[Display Print]



[Cavalier pleine page avec repiquage du lieu de l'événement]

20
minutes

Cas de campagne

dyson

Du 27 octobre au 6 décembre 2017



[L'événement Dyson à Paris Saint-Lazare]

[Distribution à des points stratégiques]

