



Lancer une gamme de produits santé

Qui ?

Buccotherm

Pourquoi ?

Lancer une gamme d'hygiène bucco-dentaire pour les enfants peut être un vrai challenge sur un marché déjà saturé. Surtout quand on n'est pas un poids lourd de l'industrie pharma disposant de budgets publicitaires importants. Les produits Buccotherm présentent pourtant des caractéristiques innovantes qui ont su séduire immédiatement les médias, les professionnels et le public : d'abord, l'utilisation à forte concentration d'une eau thermale réputée pour la santé des gencives et, ensuite, une offre segmentée en deux produits selon l'âge des enfants.

Outre la presse professionnelle et grand public informée de la nouveauté produit, l'Agence C3M met en oeuvre une communication Corporate en racontant une success-story, celle d'une entreprise qui connaît un développement à l'international : Côte d'Ivoire, Congo, Arabie Saoudite, Taiwan....

Type de prestation :

Relations presse

Centres d'intérêt :

Santé

Presse visée :

Presse professionnelle et grand public (Santé, Féminine, Enfants, Beauté) ; presse régionale ; presse économique

Savoir-faire mis en oeuvre :

Les mots pour le dire avec un dossier de presse créatif, l'organisation de rendez-vous presse lors d'un salon professionnel incontournable ; et des envois ciblés de produits dans les rédactions.

Voir aussi :

Louhann (lancement d'une gamme cosmétique à base d'huile d'Argann), Starkey (lancements d'innovations dans l'aide auditive), Symposium Santé Mer (recherche sur les coproduits issus de la mer, pour la santé).

B2C, B2B

RÉSULTATS

Une quarantaine d'articles obtenus : Le Figaro, La Tribune, LSA, Points de Vente, Maxi, Santé Magazine, Top Santé, Maman, Enfant magazine, La Dépêche du Midi, Entreprises Midi-pyrénées. D'une communication produit, nous élargissons la mission à une communication institutionnelle : la réussite d'une petite entreprise française à travers ses best-sellers devenus planétaires !

A NOTER

- A gamme innovante, campagne de Relations Presse créative ! D'abord le dossier de presse où la forme renforce le fond. Se donnant comme objectif de faire découvrir une gamme destinée aux enfants, il est réalisé sous la forme d'un cahier : écriture et univers graphique d'école primaire en totale osmose avec le positionnement.
- L'Agence C3M appuie la participation de Buccotherm au salon Pharmagora, le salon de référence de la pharmacie, à travers l'organisation de rendez-vous presse ciblés et individualisés.

