mars 2019

Metabo

Accueil / BBI / Fournisseurs / Outillage électroportatif

Une campagne média à 185 millions de contacts

Sur une belle dynamique depuis de nombreuses années et désirant s'imposer comme marque professionnelle leader dans la technologie du sans-fil, où elle compte notamment à son actif une plate-forme 18 V forte de plus de 90 machines, une ligne 12 V qui s'étoffe et le partenariat établi avec d'autres l'industriels autour du Cordless Alliance System (CAS), la société Metabo France a choisi de déployer en 2019 un plan média d'envergure qui lui permettra d'établir plus de 185 millions de contacts. L'objectif affiché est d'augmenter sa notoriété spontanée et son attractivité auprès des utilisateurs professionnels, et en conséquence, de susciter la demande chez ses partenaires distributeurs.

Avec l'appui de son agence de communication, la marque a ainsi défini un mix média important en forte affinité avec son cœur de cible pour délivrer, en véhiculant les codes du sport pour donner une dimension passionnée à la campagne, un message articulé autour de sa nouvelle signature « Metabo, les outils sans fil pour les Pros ». Elle apparaîtra ainsi à la télévision durant les mois d'avril et d'octobre prochains sur la chaîne l'Equipe TV, un vecteur puissant en tant que quotidienne multisport pour ancrer le logo et la signature de marque auprès du public cible. Elle sera également présente à la radio sur RMC, une station généraliste également en forte affinité avec sa cible, avec des spots programmés sur les mois de février, avril et octobre sur des périodes de deux semaines consécutives.

Enfin, un dispositif digital sera engagé sur différents sites professionnels et de loisirs afin de pouvoir capter les utilisateurs à tout moment, et déployé dans les réseaux sociaux pour créer de la proximité.