





Cas de campagne

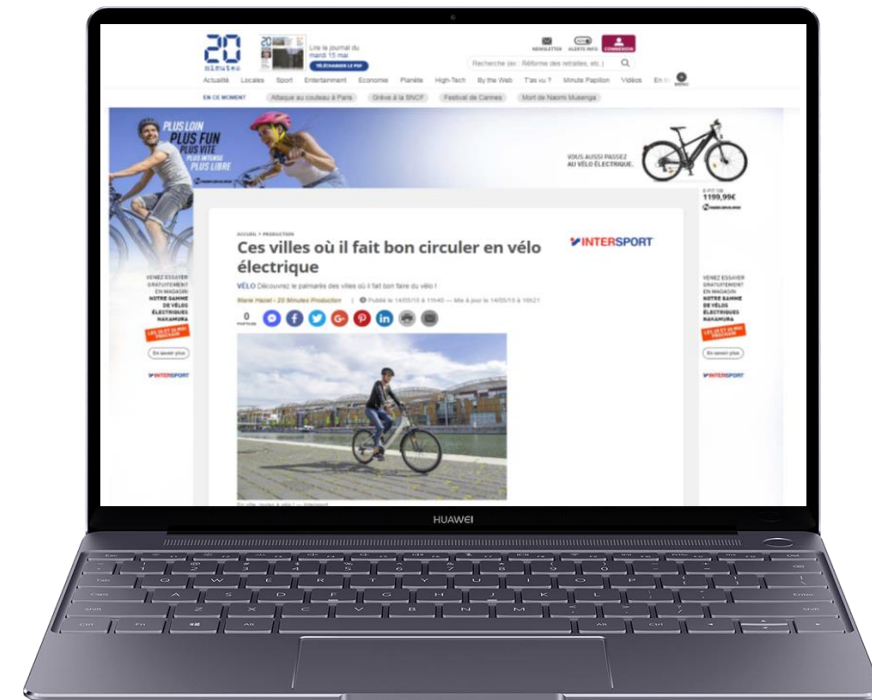
Comment communiquer sur une gamme et changer l'image d'un produit ?

Les objectifs d'Intersport

-  **Faire connaître** la nouvelle gamme vélo VAE (Assistance Electrique) d'Intersport
-  **Donner envie** aux non-initiés d'essayer le produit mais aussi **casser les idées reçues** du vélo électrique encombrant et faible en autonomie

La réponse made in 20 Minutes

-  Une série de **5 articles** sur 20minutes.fr mettant en avant les avantages du vélo électrique. Du contenu informatif qui allie **les fonctions pédagogiques et servicielles** de 20 Minutes
-  Une stratégie de **retargeting** sur 20minutes.fr pour faire de la présence à l'esprit auprès **d'une cible 100% captive** en affinité avec le sujet.

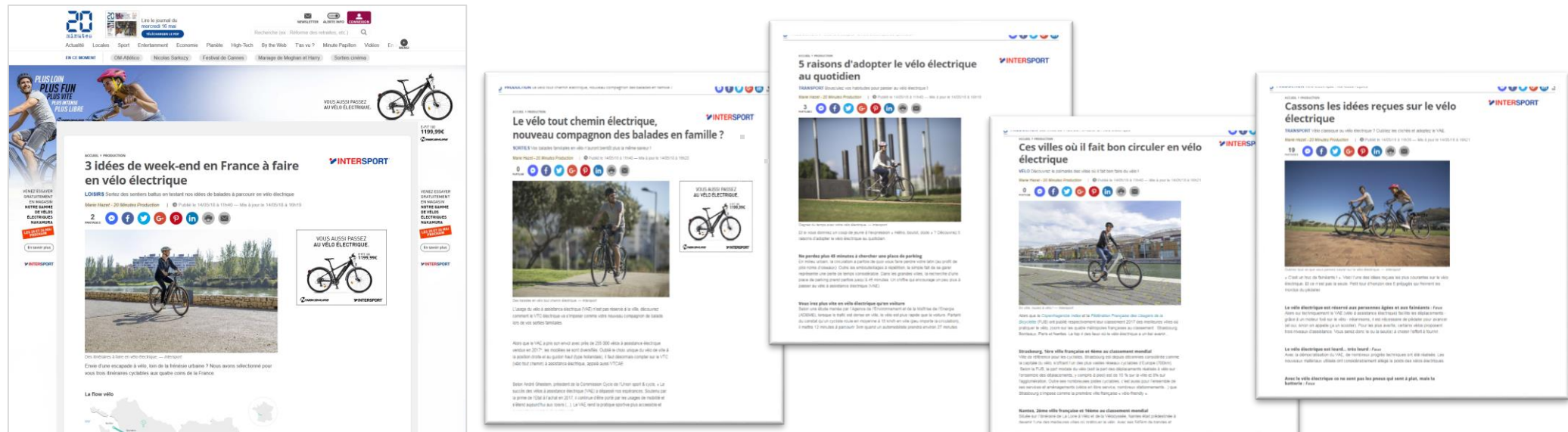


Cliquez pour lire l'article

Cas de campagne

Un dispositif de Contenu : 5 articles dédiés au vélo électrique rédigés par 20 Minutes.

Mise en valeur des avantages produit et nombreuses idées de sorties. Articles accessibles sur l'ensemble des supports numériques (responsive design) et mis en avant via des pushes éditos intégrés à notre flux d'actu.



Cliquez pour lire l'article

+ Stratégie de retargeting VU

Ciblage des internautes réceptifs au sujet pour les ré-exposer à l'offre Intersport