



## Une crème qui fait buzzer

**P**our le lancement de son nouveau produit nommé "Cell Booster", le Club des Créateurs de Beauté (CCB) a misé sur le marketing viral. Cette crème est un antifatigue destiné aux jeunes femmes de 15-25 ans. Concrètement, l'objectif stratégique du Club des Créateurs de Beauté est de conquérir une nouvelle clientèle sur un produit de soin. C'est pourquoi, le VADiste a voulu faire passer son message à la cible en dédramatisant la situa-

tion. Ainsi, via trois mini films sur un site événementiel, créé en février dernier, des jeunes femmes sont mises en situation. Sur le ton de l'humour, Clara la clubbeuse, Emma la bûcheuse et Chloé la working girl exposent leurs problèmes. A l'internaute de trouver la solution : l'utilisation de la nouvelle crème de soin. De plus, afin d'accentuer le phénomène de buzz, chacune de ces animations donnent accès à un jeu-concours. Et, pour inciter à la participation, les internautes peuvent remporter un an de produit "Cell Booster".

### ACTEURS

- **Annonceur** : Club des Créateurs de Beauté.
- **Opération** : Lancement Cell Booster.
- **Responsables annonceur** : Pierre Leurquin, Clémentine Rivet.
- **Agence** : Business Lab.
- **Responsables agence** : Julien Sivan, Céline Braems.
- **Création** : Pierre-Emmanuel Michel (DA), Magali Baurly (CR).

